DEPARTAMENTO DE TEORÍA DE LOS LENGUAJES

LAS VOCES RADIOFÓNICAS : LAS RADIOS COMUNITARIAS EN BRASIL

BRUNO ARAUJO TORRES

UNIVERSITAT DE VALENCIA
Servei de Publicacions
2007

Aquesta Tesi Doctoral va ser presentada a Valencia el dia 10 de Maig de 2007 davant un tribunal format per:

- D. Armand Balsebre Torroja
- D. Miquel Francís i Domènech
- D. Emilio Feliú García
- D. Manuel Pellicer Rosell
- D. Ángel Sanmartín Alonso

Va ser dirigida per:
D. José Vicente Gavaldá Roca
D. José María Bernardo Paniagua

Depòsit legal:
I.S.B.N.:978-84-370-6824-4
Edita: Universitat de València
Servei de Publicacions
C/ Artes Gráficas, 13 bajo
46010 València
Spain
Telèfon: 963864115

VNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Facultad de Filología, Traducción y Comunicación
Departamento de Teoría de los Lenguajes
y Ciencias de la Comunicación



Las voces radiofónicas:
Las radios comunitarias en Brasil

Tesis doctoral presentada por
BRUNO ARAUJO TORRES

Con la dirección de
JOSÉ MARIA BERNARDO PANIAGUA
Y
JOSEP VICENT GAVALDÀ ROCA

Valencia, 2006

VNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Facultad de Filología, Traducción y Comunicación
Departamento de Teoría de los Lenguajes
y Ciencias de la Comunicación



Las voces radiofónicas:
Las radios comunitarias en Brasil

Tesis Doctoral presentada para la colación del grado de Doctor en Comunicación Audiovisual por:
BRUNO ARAUJO TORRES.
Directores: JOSÉ MARIA BERNARDO PANIAGUA y JOSEP VICENT GAVALDÀ ROCA

Valencia, 2006

A Dios.

AGRADECIMIENTOS

La verdad es que tengo mucho que agradecer. En la creación y desarrollo de esta tesis se ha empleado mucho esfuerzo. Lo que han de leer en las próximas páginas ha sido posible gracias a la ayuda de mucha gente, sobre todo y principalmente de mi familia que me apoyaron con su generoso sacrificio, comprensión y ánimo que nunca me faltó. A vosotros, mi padre João Bosco, mi madre Eugênia y mis hermanos Leandro y Rafael, os lo agradezco de corazón.

Mi agradecimiento y reconocimiento a mis Directores de Tesis, Dr. Josep Vicent Gavaldà Roca y Dr. José Maria Bernardo Paniagua, por sus observaciones, apreciaciones, recomendaciones, sugerencias, correcciones y orientaciones en la formulación de este trabajo final. Me gustaría agradecer al Departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación, en la persona de su Director, Dr. Carlos Hernández, la oportunidad que me han dado para desarrollar esta investigación y toda la ayuda que me han prestado para concluir este trabajo.

Tengo que agradecer a mis amigos de Viçosa, aunque no es fácil expresar tu gratitud por las personas a las que quieres tanto; es precisamente en estos momentos cuando la mente se opone a cualquier manifestación de cariño, quizá por miedo a no saber decir con palabras todo lo que se lleva dentro.

Especial agradecimiento a mi novia Cristiane, por acompañarme hasta el último momento, apoyarme y ayudarme en los momentos más difíciles. Gracias por haber sido mi fuente de inspiración y motivación en mi deseo de concluir esta tesis.

Por último, y no menos importante, quisiera agradecer a todo el mundo que de una forma u otra ha estado implicado en el desarrollo de este trabajo.

Gracias a todos y a los demás también.

ÍNDICE

CAPÍTULO I

Introducción

"Por más que el teléfono, la radio, la televisión y el ordenador sean idénticos de una punta a la otra del planeta, los códigos, los estilos y los modos de comunicación no lo son. Existen tecnologías de comunicación globales, no existe comunicación global, algo que vale tanto para los medios de comunicación generalistas, como para las nuevas tecnologías".

Dominique Wolton

Radio comunitaria, rural, participativa, libre, alternativa, popular, educativa. Diferentes denominaciones y un mismo desafío: democratizar la palabra para democratizar la sociedad. Si las estaciones de radio que constituyen la Asociación Mundial de Radiodifusores Comunitarios, se refieren a sí mismas por medio de una variedad de nombres, sus prácticas y perfiles son aún más variados. "Algunas son musicales, otras militantes y otras musicales y militantes. Se localizan tanto en áreas rurales aisladas como en el corazón de las mayores ciudades del mundo. Sus señales pueden ser alcanzadas ya sea en un radio de un kilómetro, en la totalidad del territorio de un país o en otros lugares del mundo vía onda corta.[1]" Una radio de esas no se identifica por la potencia de su señal, ni por la frecuencia o la licencia. Son sus objetivos, el carácter social de la emisora, lo que la define.

En este trabajo se ha optado por enfatizar el término *comunitario*, en lugar de popular y/o alternativo, u otro tipo de nombre, pues, además de ser utilizado más comunmente en la mayoría de los países latinoamericanos, es alrededor de él que se mueve hoy toda la lucha por la obtención de las concesiones de las llamadas "Radios Comunitarias".

[1] *Manual urgente para Radialistas Apasionados*. VIGIL, José. Disponible en http://www.radialistas.net/manual.php.

Para nosotros, radio comunitaria significa radio *en* la comunidad, para la comunidad, acerca de la comunidad y por la comunidad. Existe una amplia participación de los miembros regulares de la comunidad en el manejo y producción de programas. Esta participación de miembros de la comunidad las distingue del medio dominado por lo comercial, que está dominado por el lucro, la propaganda y, a veces, por el poder y la política.

Desde sus inicios, la radio comunitaria ha tenido muchos obstáculos para desarrollarse, debido a la poca inversión que recibe del sector privado y público. Su historia no cuenta con muchos registros, a pesar de que sí se han hechos estudios por parte de teóricos de la comunicación que ven en este tipo de radio la esencia de la emisión radiofónica.

"El reto actual de la radio es hacer frente al nuevo entorno multimediático, como tuvo que hacerlo cuando apareció la televisión y la audiencia se entregó al nuevo medio. Fue justo durante esta crisis cuando la radio consiguió una transformación a fondo en dos orientaciones: técnica y creativa." (Herreros, 2001: 143) En una sociedad cuya realidad está altamente centralizada e informatizada, donde los medios privados y públicos de comunicación son poder y están al servicio del poder, las radios comunitarias, también llamadas libres, surgen ante la necesidad y el derecho de toda persona individual o colectiva de expresar libremente sus opiniones, criticar y ofrecer alternativas en todo aquello que le afecta directa o indirectamente.

Es interesante estudiar las radios comunitarias porque, como bien dice José Vígil, en su obra "*Manual urgente para radiofonistas apasionados*", ellas no se someten a la lógica del dinero ni de la propaganda. Su finalidad es distinta, sus mejores energías están puestas al servicio de la sociedad civil. Un servicio, por supuesto, altamente político: se trata de influir en la opinión pública, de crear consensos, de ampliar la democracia. En definitiva, y por ello el nombre, de construir *comunidad*.

La radio es el medio más sensual, cálido, sugestivo y alternativo por su naturaleza. En la radio hay mucho por conocer y aprender. Uno de los campos son las emisoras comunitarias que se remiten estrictamente a una comunidad,

a un barrio grande o localidad. Muchas veces ubicadas en los mercados, iglesias, asentamientos humanos, organizaciones populares. La emisora comunitaria se propone defender los intereses populares y comunitarios partiendo de un diagnóstico propio de su realidad barrial y desde allí llegar a lo nacional.

Las emisoras comunitarias cumplen un papel significativo en los lugares donde se instalan. Su función social es cumplir, aportar y hacer frente a las urgentes necesidades de las masas populares de nuestro país, puesto que son un instrumento de educación y cultura en el desarrollo popular; pero, como todo instrumento, es preciso conocerlo, saber manejarlo, adaptarlo a sus limitaciones y a sus posibilidades; usar bien la radio comunitaria es una técnica y un arte.

Realizar radio comunitaria es un gran reto, porque no basta con conocer técnicas, sino que es necesario abrir espacios para los grandes desafíos que hoy se vislumbran a raíz de la globalización, por lo que las emisoras locales cumplen una tarea decisiva como alternativa de comunicación al servicio de la comunidad.

Esta localización es expresada en el diseño y ejecución de estrategias culturales que accedan a la gestión local de las comunicaciones; en la generación de alianzas ciudadanas y culturales amplias que rescaten lo propio, lo sustancial del país en materia de creación intelectual y espiritual; y en la generación de sus propios proyectos programáticos de expansión exógena contraponiéndose a la globalización sofocante y al etnocidio cultural. La disyuntiva real es entre el monopolio global-autoritario y la democratización local de las comunicaciones, sin perder el contexto global.

Además, nuestra preocupación radica en saber si estos medios de difusión están comprometidos con la realidad de los oyentes a quienes se dirigen. ¿Cuánto se ha trabajado y qué falta por hacer?. A partir de ello, daremos las aportaciones necesarias.

La inmensa red de relaciones que existe en la vida de todos los individuos encuentra en los medios de comunicación (en especial, los

colectivos) uno de sus principales componentes. La escuela, la familia, la iglesia, el gobierno, el partido político, entre otros que integran esta red, y aun teniendo ellos sus formas particulares de expresión, ven en los medios de comunicación un espacio eficaz para la construcción de identidades.

Según Maia:

> “El espacio privado en la sociedad contemporánea permanece en el plano onírico, ya que los medios de comunicación de masa intentan llenar este “espacio”, con un contenido homogenizador, aun cuando se apropian de lo popular y lo retransmiten. El individuo es circundado por opciones niveladas por el llamado gusto medio. Esta argamasa tienta moldear las cabezas, pero en muchos casos, ellas rechazan un molde que podría atrofiar sus ideas” (1998: 4).

Es en el contexto de la transgresión de lo instituído que las radios libres y comunitarias se presentan a la sociedad civil. Muchas de ellas aparecen sin la pretensión de "concientizar" o realizar algún tipo de "información"; simplemente quieren representar otra acción legítima del derecho a la comunicación. La sociedad de la información demuestra que el acceso a lo que está ocurriendo en el mundo es rápido y dinámico, mientras la experiencia genuina, sea local o global, deja de ser emitida o recibida en estado bruto, recibiendo, a través de los medios, determinados tratamientos de forma y de contenido. Como afirma Walter Benjamin:

> "Cada mañana nos enseña sobre las actualidades del globo terráqueo. Y, sin embargo, somos pobres en historias notables. ¿Cómo acontece eso? Eso se da porque ya ningún evento nos llega sin estar impregnado de explicaciones. En otras palabras: ya casi nada de lo que pasa beneficia al *relato*, casi todo beneficia a la información” (1988: 3).

Transportando esta afirmación al vehículo radiofónico, se puede señalar que la generación de las informaciones y de las programaciones proviene, generalmente, de los centros irradiadores que acaparan y estandarizan lo que es vehiculizado. Las emisoras, muchas veces operando en red, siguen modelos que hacen imposible la transmisión de noticias y de manifestaciones culturales y sociales de la localidad. Cuando los espacios son abiertos para lo “local”, casi siempre en las emisoras de Amplitud Modulada (AMs), se vuelve al ofrecimiento personal de músicas o programas emocionales, limitados en

buena parte de los casos a programas dedicado a sucesos y casos policiales. Ya las radios que operan en Frecuencia Modulada ofrecen programaciones cuya base es la industria discográfica. La transmisión de noticias, según Maia, solamente ocurre por estar prevista por la ley.

> “Romper con el actual sistema de comunicación cuyos vehículos sirven a los intereses del gobierno, a algunas familias de propietarios y a los anunciantes, parece ser la propuesta de aquellos que luchan de manera más directa, pues percibieron que muchas de las actuales instituciones políticas se dejaron consumir por la ineficaz democracia representativa” (Maia, 1998: 5).

Nos cuenta Silveira (2001: 69) que en el Brasil imperial, a pesar de haber una Constitución, prevalecía la voluntad única y soberana del Emperador, que concentraba en sus manos la jefatura del poder ejecutivo y del poder “moderador”, el cual era “la llave de toda la organización política, y es delegado privativamente al Emperador, como Jefe Supremo de la Nación y su primer representante, que incesantemente vele por el mantenimiento de la independencia, equilibrio y armonía de los más pobres” (CF/1824, art.98).

> “Como jefe del ejecutivo, competía al emperador “dar” a los amigos, o las personas por ellos indicada, los cargos públicos (empleos civiles y políticos), incluso los de jueces, y nombrar a los comandantes militares. Como poseedor único y soberano del poder moderador, el Emperador podía escoger y exonerar libremente a los ministros de Estado, nombrar senadores, convocar trabajos de la Asamblea General, diluir la Cámara de los Diputados y suspender a los magistrados (CF/1824, arts. 101 y 102)” (Silveira, 2001: 69).

Según Silveira, de allí surgieron hechos culturales, algunos de los cuales aún existen en nuestro derecho constitucional por la fuerza de la tradición:

1. El uso abusivo del poder político por parte de los que ejercen los cargos públicos, especialmente los políticos, como el Presidente de la República, gobernadores, alcaldes, etc;

2. El servilismo del pueblo en relación a aquellos que están en el poder;

3. La debilidad endémica del Poder Judiciario que, no obstante haber sido libertado formalmente por la Carta Política de 1891, no se volvió poder político, de hecho, hasta hoy;

4. El *"jeitinho"* (modo) brasileño de pedir favores a autoridades que, al concederlos, ganan mayor poder político, como acontecía en la monarquía (2001: 69-70).

En Brasil, continúa Silveira (2001: 97) "el Congreso Nacional domina a la nación, centralizando el poder, ya que está autorizado a proceder a las enmiendas a la Constitución sin oír a nadie, ni al pueblo, ni a los legislativos estaduales" Eso, además de ser antidemocrático, posibilita innúmeras modificaciones a la Constitución, que pierde su natural estabilidad y durabilidad, escapando su texto de la memoria del pueblo.

En Brasil, desde la independencia, ya tuvimos ocho Constituciones (1824, 1891, 1934, 1937, 1946, 1967, 1969 y 1988), que fueron alteradas por innúmeras enmiendas y actos institucionales. Según este jurista,

> "A la par de ser modificadas constantemente, más pareciendo leyes ordinarias, las Cartas Magnas son largas, casuísticas, expresadas generalmente en lenguaje técnico, siendo totalmente desconocidas para el pueblo e incluso por la mayoría de los que militan en el área del Derecho que, en la mayoría de las veces, se preocupan en estudiar ramos periféricos, principalmente el Derecho Civil, ignorando la base fundamental, la fuente de validez de esas normas. Por eso nos deparamos frecuentemente con pensamientos disparatados de servilismo a la ley o, prioritariamente, al reglamento" (Silveira, 2001: 100).

En conclusión, el juez dice que el verdadero federalismo brasileño aún está por construirse: "Mientras eso no acontezca, el gobierno central dominará sin frenos a la nación, comprometiendo seriamente la democracia".

Este breve inciso histórico nos introduce en las diversas discusiones que abordaremos en el Capítulo 4 de esta tesis al respecto de la legislación en este país, legislación que abre diversas vertientes en el debate sobre la situación de las radios clandestinas en Brasil, teniendo en vista algunos aspectos fundamentales de la Constitución. Sirvan los que siguen como un mero estímulo a la reflexión:

a) Art. 5º[2]: Todos son iguales ante la ley, sin discriminación de cualquier naturaleza...;

b) Es libre la manifestación de pensamiento, siendo vedado el anonimato (inciso IV del mismo artículo);

c) Aún en el inciso IX del art. 5 tenemos: es libre la expresión de la actividad intelectual, artística, científica y de comunicación, independientemente de censura o licencia (Silveira, 2001: 132).

Algunas emisoras han utilizado estos artículos para lograr permanecer en el aire. El espectro abierto por los dispositivos constitucionales citados induciría al lector a constatar una flagrante ilegalidad. El impacto de esa impresión aparentemente se reduce cuando retomamos la Constitución Federal y examinamos lo dispuesto en el Art. 21:

Compete a la Unión: XII – explotar, directamente o mediante autorización, concesión o permiso:

a) Los servicios de radiodifusión sonora, de sonidos e imágenes y demás servicios de telecomunicación.

"No serán, pues, algunos listos que podrán invocar el derecho de manifestación del pensamiento y divulgación de la civilización, concretado en el reglamento de las comunicaciones, siendo estas últimas la más fantástica conquista de la tecnología humana del último milenio. La innovación es insuficiente para justificar la desobediencia a la ley, pues nadie podrá asegurar que la emisión clandestina responderá por lo que divulga, que cumplirá con las obligaciones impuestas a los concesionarios, si serán honestos los propósitos de servir a la comunidad que invoca, ya que los "responsables" no se someten a la fiscalización, a las normas, a los deberes, al orden jurídico. Quien se rebela contra la legalidad por tener una opinión a divulgar, debe pasar por un Juez criminal serio y responder por tal conducta, ya que podría haber utilizado la emisora apenas para anunciar productos comerciales de algún almacén de la región, sin querer saber que turbó el derecho de otras personas y puso en riesgo vidas humanas" [3].

Ortriwano (1985: 53) nos informa que la política adoptada por Brasil para la explotación de la radiodifusión está basada en la teoría de la responsabilidad

[2] Articulo 5 de la Constitución Federal.
[3] Dr. Saulo Ramos. En: Neto, 2002: 148-149.

social por la iniciativa privada, en que el Estado busca establecer principios que garantizan el uso social de los medios de comunicación, tornándolos responsables por el contenido de la programación que transmiten y sus consecuencias. El Estado concede una autorización para que entidades ejecutoras de servicios de radiodifusión puedan explotar comercialmente los vehículos de comuniación.

> "Partiendo del principio de que la radiodifusión – sea estatal o comercial – está necesariamente fundamentada en tres factores principales – técnica, programación, audiencia – tendremos inmediatamente una diferenciación básica, representada por un cuarto y decisivo factor que caracteriza al sistema comercial: el lucro. Así, las emisoras tendrán objetivos diferentes según el tipo de sistema por el que son constituidas" (1985: 54).

Si los medios comunicación de masa intentan crear una especie de amalgama cultural, entonando un canto monocorde que intenta adormecer el "yo" de cada ciudadano, las radios libres y comunitarias comprenden que pueden irradiar "nuevos ritmos" y así contribuir a la felicidad del ser humano. Será posible entonces verificar algunas señales del viejo sueño "brechtiano" de transformar la radio de aparato de *distribución* en aparato de *comunicación*. Maia (1998: 4) afirma que, mundialmente, no hay noticia de un movimiento radiofónico tan amplio como el de Brasil, pues los datos estadísticos de la ABRAÇO (Asociación Brasileña de Radios Comunitarias) indican el funcionamiento de 40 mil radios libres y comunitarias, gran mayoría sin licencia para funcionar. Independientemente de la precisión de los datos, tenemos confirmación de que hay millares de ellas.

El movimiento por la democracia en la comunicación y el fenómeno de las radios libres y comunitarias surgen como epicentros de una nueva práctica de comunicación en Brasil, dispuesta a romper con este sistema comunicacional verticalizado. La experiencia de muchas emisoras no autorizadas por el Estado significa la ruptura con una calidad ya consagrada, sino por los oyentes, por lo menos por quien produce y anuncia. La reciente actitud del gobierno federal de encuadrar este movimiento a través de una legislación reglamentadora (Ley nº 9.612 de 19/02/98, que instituye el servicio de radiodifusión comunitaria), aparece, en la opinión de los radiodifusores

comunitarios, más como una tentativa de inhibir la proliferación de estas emisoras que como una posibilidad real de ampliación del espacio electromagnético para nuevas voces.

Por otro lado, Jakubowicz, con razón en opinión de Downing (2002: 114), critica la idea de que la autogestión de los medios de comunicación constituye una forma automáticamente democrática, "observando que el hecho de que un periódico o estación de radio sea de propiedad colectiva garantiza apenas la expresión de las opiniones de ese colectivo, no de las opiniones de todo el público".

Entonces, ¿cómo hablar de radios populares, comunitarias, locales, regionales, cuando el mundo invade el cotidiano, vía consumo? Puede parecer retroceso proponer una comunicación aparentemente tan cerrada en su entorno inmediato, cuando la tecnología actual abre todas las ventanas del planeta a los individuos de los más lejanos puntos, extasiándolos ante la posibilidad real de inimaginables interacciones.

Como veremos en el Capítulo 2, el hombre sin duda evolucionó y alcanzó niveles nunca imaginados en la tecnología informativa, superando barreras de cualquier orden en el sentido de efectuar la transmisión inmediata de lo que ocurre en la tierra o, fuera de ella, donde los prolongamientos tecnológicos permitan. Pero ¿hasta qué punto estas experiencias pueden ser consideradas interacción, comunicación? La avalancha informativa que invade a los individuos diariamente y trae a la humanidad para dentro de sus hogares con simples toque de botones, ¿se traduce en acciones concretas en pro de la comunidad en la que están insertos? Eso es lo que trataremos en el Capítulo 3, donde hablaremos del movimiento de la democratización de la radio.

Pensar globalmente y actuar localmente, recomienda el neologismo *glocalizar* (Ortiz, 1994). Bajo ese prisma, el movimiento de las radios libres en innumeras regiones del mundo entero, así como la globalización de la economía y de la cultura, la estandarización del consumo, la homogeneización del entretenimiento (obviamente no con la misma voracidad de esas

inclinaciones casi epidémicas) también es una de las caras de la *nueva era tecnológica* a la que todos fueron arrojados como única alternativa.

> "Una pequeña comunidad del interior o un segmento urbano prefiere sintonizar emisoras cuya transmisión les propicia algo de más práctico y efectivo, bajo el punto de vista de sus intereses personales, que simplemente sintonizar una radio cuyos destinatarios se diluyen por un territorio mucho mayor, ampliando el grado de impersonalidad de los mensajes". (Bastos, 1996)

Entre los medios de comunicación de masa, la radio es, sin duda, el más popular y el de mayor alcance público, no sólo en Brasil sino en todo el mundo, constituyéndose, muchas veces, en el único medio que lleva información para poblaciones de vastas regiones que no tienen acceso a otras vías, sea por motivos geográficos, económicos o culturales. "Este status fue alcanzado por dos factores sumados: el primero, de naturaleza fisio-psicológica – el hecho de tener el hombre la capacidad de captar el mensaje hablado y sonoro simultáneamente con la ejecución de otra actividad; el otro, de naturaleza tecnológica". (Ortriwano, 1985: 78)

El presente trabajo pretende provocar y ampliar el debate sobre el tema de las radios comunitarias. Aunque sea un tema bastante comentado en nuestra actualidad, es aún poco estudiado en su debida importancia en la comunidad científica. La deficiencia de ese estudio quizá se debe al hecho de que los cursos de comunicación están mayoritariamente dirigidos a las exigencias del mercado, priorizando la comunicación empresarial.

Para Moura (2003: 6), "la comunicación es una característica de las relaciones humanas; es a través de ella que el hombre construye su existencia con el otro". Con relación a esta premisa, intentaremos en este trabajo rescatar la comunicación en sus características principales. Lo haremos osando combinar el término comunicación con los movimientos sociales, la libertad de expresión, la ciudadanía, entre otros temas sociales que veremos. Estudiar la comunicación es al mismo tiempo estudiar las relaciones sociales; una depende de las otras y ambas son inherentes a la vida humana. Comunicar es, por lo tanto, una de las principales características del ser humano. Es a través

de la comunicación que mujeres y hombres comparten ideas, emociones e historias. Para Bordenave:

> "Quizá la función básica de la comunicación sea la menos frecuentemente mencionada: la de ser el elemento formador de la personalidad. Sin la comunicación, de hecho, el hombre no puede existir como persona". (2001: 29).

Rego (2002: 34) decía que "los medios de comunicación, en general, son el eje del sistema de control en el que vivimos".

Innúmeros teóricos y estudiosos vienen intentando definir claramente la comunicación, pero su dimensión torna difícil la atribución de un concepto que contemple toda su significación. En este estudio se pretende discutir y profundizar una de las corrientes de la comunicación. Se trata de la comunicación a través de medios comunitarios: en las radios comunitarias. Una comunicación que tuvo origen en un contexto político particular de la historia, como expresión de descontento de las mayorías excluídas del medio social.

Según Pareto Neto (1981: 114), la comunicación "consiste en la transmisión y/o recepción de informaciones, señales o mensajes. Es toda forma de exteriorización del pensamiento, es la correspondencia entregada por el cartero, es mirar, es hacer un gesto". Telecomunicación, para él,

> "es la comunicación a distancia por el teléfono, radio, telégrafo, esto es, cualquier transmisión emisión o recepción de signos, señales escritas, imágenes, sonidos o información de cualquier naturaleza, empleándose cualquier sistema electromagnético (transmisión eléctrica por hilo, transmisión radioeléctrica, óptica, etc.) o combinación de esos diversos sistemas". (...) "Radiodifusión es el servicio de telecomunicaciones destinado a la transmisión de sonidos (radiodifusión sonora) o a la de sonidos e imágenes (TV) que debe ser recibido, en nuestro país, libre y gratuitamente por el público en general" (1981: 384).

Ya para Antônio Houaiss (1999: 156), telecomunicación es "comunicación a distancia. Emisión, transmisión o recepción de señales, sonidos o mensajes por vía eléctrica o electrónica (hilo, telefonía, radio, radiotelegrafía, televisión, radar). Servicio que agrupa todas las transmisiones y procesos de localización electrónicos".

De hecho, las definiciones son buenas para aclarar por dónde vamos, pero las teorías o ponderaciones sobre la comunicación que surgieron, por ejemplo, en América Latina, en la opinón de Santaella están bien lejos:

> "La mayor parte de esas teorías, con las peculiaridades que les son propias, se encuadran en una tradición cultural y también mediática". Manteniendo como constantes los temas de las apropiaciones, expropiaciones, mimetismos, identidad, resistencia y, más recientemente, expropiación y exclusión, "esas teorías han interferido en el debate contemporáneo, introduciendo conceptos originales, tales como: hibridación, mestizaje, modernidad alternativa, variaciones mediáticas" (2001: 71).

Retrocediendo en el tiempo y ampliando la metáfora, un escritor de 1682 declaró que no conocía "nada que hiriese más al antiguo rey que las balas de papel de la prensa" (Briggs, 2004: 98). El poder de los medios de comunicación residía en su capacidad de reavivar memorias del pasado revolucionario. La antigua analogía entre la prensa y el ejército fue recordada por Napoleón al declarar que "cuatro diarios hostiles deben ser más temidos que cien mil bayonetas" (2004: 108).

La comunicación ha invadido el conjunto de las ciencias humanas y ha modificado prácticas políticas, sociales, culturales y económicas. Recordemos, dice Sfez, que la biología genética se origina en el modelo de transmisión codificada de un mensaje (ADN); que la ciencia ecológica o etnológica se nutre de imágenes de comunicación; que las neuro-ciencias se refieren a la *conexión* (esos permutadores cerebrales de mensajes invisibles). La información, según Briggs, "fue considerada el principio organizacional de la propia vida" (2004: 264).

> "Todas las tecnologías de vanguardia, de las biotecnologías a la inteligencia artificial, del audiovisual al marketing y a la publicidad, se enraízan en un principio único: la comunicación. Comunicación entre el hombre y la naturaleza (biotecnología), entre el hombre y la sociedad (audiovisual y publicidad); entre el hombre y su doble (la inteligencia artificial); comunicación que enaltece el convivir, la proximidad o la relación de amistad (friendship) con el ordenador". (Santaella, 2001: 76).

Bajo el título de “universales de la comunicación”, DeVito (1997: 7) presentó una versión sintética de los elementos presentes en toda comunicación humana, sea ella intrapersonal, interpersonal, grupal, pública o de masa: “la comunicación se refiere al acto, realizado por una o más personas, de enviar y recibir mensajes que son distorsionados por un ruido, ocurren dentro de un contexto, producen algún efecto y dan oportunidad a la retroalimentación”.

Para Lucia Santaella (2001: 84), ese contexto tiene, por lo menos, cuatro dimensiones: física, cultural, socio-psicológica y temporal. La dimensión física se refiere al ambiente palpable y concreto en el cual la comunicación ocurre, ejerciendo alguna influencia sobre el contenido que es comunicado. La cultural se refiere a las reglas y normas de los comunicadores, creencias y actitudes que son transmitidas de una generación a otra. La socio-psicológica incluye los papeles sociales desempeñados por las personas, la formalidad o informalidad, seriedad o humor de la situación, etc. La temporal incluye desde el momento del día en el que la comunicación se da hasta el modo en que ella se inserta en la secuencia temporal de eventos comunicativos.

> “El ruido es algún tipo de perturbación que distorsiona el mensaje. En casos extremos, el ruido puede impedir que el mensaje enviado por la fuente llegue hasta el receptor. En casos normales, algún nivel de ruido es inevitable por el simple hecho de que el mensaje emitido siempre difiere del mensaje recibido. Hay tres tipos de ruidos: físico (todo cuanto interfiere físicamente en la transmisión del mensaje), psicológico (ideas preconcebidas) y semántico (significados malentendidos)” (2001: 85).

En fin, continúa Santaella, la comunicación se caracteriza como una red de múltiples caras que no pueden ser ignoradas so pena de perderse aquello que el área presenta de más desafiante y que, por eso mismo, más merece ser investigado. El hecho de que ninguna teoría pueda agotar la realidad, “no puede producir el conformismo sino precisamente lo contrario: el compromiso de aproximaciones sucesivas crecientes”, pues “la ciencia no es la acumulación de resultados definitivos”, sino principalmente “el cuestionamiento inagotable de una realidad reconocida también como inagotable”. En suma, la investigación científica es una actividad específica y especializada.

> "Ella demanda de quien se propone desarrollarla una cierta vocación, un cierto grado de renuncia a las agitaciones de la vida mundana e insumisión a las tiranías de la vida práctica; demanda la curiosidad sincera por el legado del pasado y la voluntad irrefrenable de proseguir; exige aislamiento disciplinado y consecuente capacidad para la soledad reflexiva, hábitos de vida muy específicos, al mismo tiempo que apertura para la escucha cuidadosa y siempre difícil de la alteridad, junto con la capacidad renovada de despojarse del confort de las creencias, cuando eso se muestra necesario. Exige, al fin y al cabo, amor por el conocimiento. Sólo ese amor puede explicar la docilidad del investigador a los rigores de la ciencia, especialmente a los rigores del método" (Santaella, 2001: 113).

En Inglaterra, nos informa Briggs (2004: 219), una de las primeras personas en especular sobre las relaciones entre los medios de comunicación y sus implicaciones fue lord Riddell (1865-1934), propietario del *News of the World* - el primer periódico británico a ser comprado por Murdoch, que ya tenía un tiraje de más de cuatro millones de copias cuando Riddell se volvió par del reino en 1909. Enfrentando la radio, y no la televisión, fue amistoso con el nuevo medio, pero levantó algunos puntos interesantes:

> "¿Cuál será el efecto que la radio tendrá en la vida? (Además, no me gusta la expresión "sin hilos (inalámbrica)"; ¿por qué describir una cosa con una negación?). ¿Estarán las personas dispuestas a leer menos? ¿Hablarán menos? ¿Estarán más o menos informadas? ¿Irán menos al teatro y a conciertos? ¿Los que moran en áreas rurales estarán más o menos satisfechos? ¿Quién puede decir?" (2004: 219).

A pesar de haber, por lo tanto, una ideología masificante que pone la tecnología como verdadero soporte de inserción compulsiva en la modernidad, ese aparato tecnológico no forma parte del cotidiano de millares de personas que siquiera vieron, de cerca, una microcomputadora y que sólo conocen la tecnología por las imágenes que reciben vía TV:

> "se habla hoy desenvueltamente de un mundo virtual que, de hecho, es virtual para millares de personas comunes. Virtual, en el sentido de no poder ser percibido, sentido, posibilitado. Y esas personas comunes – que hacen la historia del día a día en su vivir diferenciado – viven una realidad concreta, en la cual gana importancia máxima la creación de mecanismos, no siempre evidentes, de supervivencia" (Cogo, 2001: 161).

Hablar en comunicación más allá de fronteras y en interculturalidad es, pues, percibir también la exclusión existente hoy con relación a la tecnología, con relación a las condiciones de vida de millones de personas, que viviendo al margen de la tecnología, siquiera pueden soñar con ese mundo tan publicitado y, en cierta forma, romantizado. Y es justamente sobre este tema que meditaremos en el último capítulo de esta investigación: nos atreveremos a decir algunas palabras sobre el futuro de los medios de comunicación, sobre todo, sobre la radio comunitaria y la sociedad.

La cuestión de la cultura, en opinión de Cogo, ha sido desde hace mucho una cuestión de comunicación. Aunque sea una noción históricamente determinada, que incorporó las contradicciones a través de las cuales se desarrolló, cultura es hoy un concepto fundamental para los estudios de comunicación.

Para Santaella, la entrada en el siglo XXI deberá ser recordada en el porvenir como la entrada de medios de comunicación en una nueva era: la de la transformación de todos los medios de comunicación en transmisión digital, cual si el mundo entero estuviese, de repente, tornándose digital.

> "Transmisión digital quiere decir la conversión de sonidos de todas las especies, imágenes de todos los tipos, gráficas o video gráficas, y textos escritos en formatos legibles por el ordenador. Eso es logrado porque las informaciones contenidas en esos lenguajes pueden ser fragmentadas en secuencias de 1 y 0 que son procesadas en el ordenador y transmitidas vía teléfono, cable o fibra óptica para cualquier otro ordenador, a través de redes que hoy circundan y cubren el globo como una tela sin centro ni periferia, ligando en tiempo casi real, a millones y millones de personas, estén ellas donde estén, en un mundo virtual en el cual la distancia dejó de existir" (2001: 14).

En opinión de Regina Alves Da Silva (2003: 3), ante lo que ha sido llamado *era de la información* y la diseminación de bienes simbólicos transnacionales a través del consumo de los productos generados por los medios audiovisuales, los lugares emergen actualmente como el dominio de prácticas político-culturales y de manifestaciones que transitan entre lo local y lo global, lo nacional y lo transnacional, las herencias fragmentadas de las antiguas culturas populares y la omnipresencia de la cultura de masa.

Nos alerta Meditsch (1999: 109) que en países semi-periféricos del mundo occidental, como en el caso de Brasil, parcelas significativas de la población han pasado de la pre-modernidad a la pos modernidad sin el tránsito por la modernidad tal como fue vivida en los centros hegemónicos europeos o anglosajones. Millares de campesinos analfabetos que hace una década no conocían la electricidad, hoy consumen radio, TV y películas y matriculan a sus hijos en cursos informáticos. Como bien nos informa el Atlas *de "Le Monde diplomatique"* (2003: 10) "Quien visite una vivienda precaria de un barrio marginal probablemente verá que no hay agua corriente ni electricidad, pero quizá descubra un teléfono celular que se está recargando, conectado a un generador solar".

Como observó Schiffer (1991: 112), "la radio fue el primer artefacto electrónico que penetró en el espacio doméstico. Esa condición electrónica que está en su origen muchas veces es obscurecida cuando se contrapone una "era de la radio", que pertenecería al pasado, a una "era de la imagen", que definiría el presente y apuntaría para el porvenir. Como parece evidente, la radio no terminó con el fin de lo que sería *su era*". La mejor manera de explicarlo es comprender que no fueron ni el sonido ni la imagen los que establecieron nuevas eras, sino la tecnología electrónica: tanto la radio como la TV pertenecen a la era de la información, y la radio fue la manifestación más precoz de la era electrónica en la comunicación de masa.

En opinión de Márcia Vidal Nunes (2001: 245), en un país con elevado grado de analfabetismo como Brasil, las radios comunitarias tendrían un importante papel, influyendo en la formación del sentido crítico y estimulando la ponderación: "Las emisoras, del punto de vista ético y legal, no podrían promover candidato político alguno". Ellas deberían ofrecer los medios para que los oyentes pudiesen escoger sus propios candidatos de forma más consciente, votando en aquellos que presentasen las mejores respuestas a sus deseos.

> "El ejercicio de la ciudadanía a través de la participación de la comunidad en la radio comunitaria es hoy extremadamente perjudicado por la instrumentación comercial y política existentes en la mayoría de las emisoras así denominadas. No es posible la consolidación de la identidad comunitaria a través de esas

emisoras, porque ellas representan intereses privados específicos. Apropiándose del espacio público, los políticos profesionales privatizan la escena pública y diluyen la escena pública mediática, que podría constituirse en el libre espacio del debate democrático, para exaltar sus calidades públicas, sus realizaciones, al hacer campaña política de forma directa, indirecta o subliminar" (Nunes, 2001: 246).

El gran desafío que se presenta hoy es la reglamentación inmediata de las experiencias auténticamente comunitarias, separando la paja del trigo, para que esas emisoras que representan efectivamente los intereses colectivos tengan condiciones de sobrevivir. Esa tarea es del Congreso Nacional, a quien cabe la emisión de los permisos, según la legislación vigente. La legalización es el primer paso en una larga y permanente lucha por el ejercicio alternativo de la ciudadanía a través de las emisoras auténticamente comunitarias, que tienen que enfrentar la competencia desleal de los comerciantes y políticos que se esconden atrás del rótulo *comunitario* para defender sus intereses privados.

Para conocer el proceso de las radios comunitarias en Brasil en la actualidad, antes es preciso presentar y analizar un breve resumen histórico de la comunicación de masa en Brasil, lo que aportaremos en el Capítulo 2. Principalmente sobre el surgimiento y avances en el medio radio. Es preciso entender cómo este medio se instaló en Brasil y cómo fue su progreso a lo largo del tiempo. Una de nuestras hipótesis es que el proceso histórico ocurrido en Brasil tiene mucho que ver con el aparecimiento y el desarrollo de las radios comunitarias. La concentración de los medios de comunicación en las manos de pocos y principalmente de los políticos hizo que el movimiento de las radios comunitarias ganase fuerza.

Para Bougnoux (Santaella, 2001: 37):

"Antes de llegar hasta nosotros como siendo el propio rumor del mundo, todo acontecimiento ya fue seleccionado por los *desks* de las agencias, promocionado, envuelto y aromatizado por las salas de redacción. El gran relato de nuestra época, nuestro espejo y nuestro auto-referencia pertenecen, de ahora en adelante, a medios de comunicación de masa; ahora es la prensa quien hace la historia y tiene la "función de agenda" (= qué se debe pensar a cada mañana)."

Mientras la sociología funcionalista concebía los medios de comunicación como “nuevas herramientas de las democracias modernas, como mecanismos decisivos de regulación de la sociedad” (Mattelart, 1996: 73), los filósofos de la Escuela de Frankfurt, especialmente Horkheimer y Adorno, que durante el nazismo se exilaron en Estados Unidos, crearon, a mediados de los años 40, el concepto de *industria cultural* a través del cual desmitificaban las ilusiones ofrecidas por el funcionalismo. A la luz de ese concepto, la producción de los bienes culturales está inserta en el movimiento global de producción de la cultura como mercancía, sellando la degradación del papel filosófico-existencial de la cultura. Por lo tanto, a través de ese concepto de industria cultural, la teoría crítica se aproximó a la cuestión de los *mass media*. De hecho, fue sobre la industria cultural que la teoría crítica incidió más contundentemente.

Regina Fiesta sitúa el nacimiento de la comunicación popular en Brasil en los movimientos sociales, específicamente en la emergencia del movimiento obrero y sindical urbano y rural. Para esta autora, “la experiencia brasileña muestra claramente que la comunicación popular y alternativa aparecen, se desarrollan y refluyen en la misma medida de la capacidad de los movimientos sociales de articular su proyecto alternativo de sociedad”

Un interesante caso será estudiado en esta tesis, en el Capítulo 4, que tiene un apartado sobre la Favela FM, en Brasil, que es hoy una radio educativa, pero en su principio con ideales comunitarios, que emite en Belo Horizonte, que ha conseguido algunos reconocimientos internacionales como el premio otorgado por la ONU por su labor contra las drogas. La crearon en 1981 vecinos de los barrios más marginales de esta ciudad, con apoyo de algunos sectores católicos. Música y honesto periodismo de denuncia dieron pronto audiencia a la emisora, hoy una de las más sintonizadas en la ciudad, que tiene 4 millones de habitantes y en torno de una veintena de estaciones. Los habitantes de las favelas cercanas la sienten como algo propio y se acercan a la emisora para transmitir reivindicaciones o simplemente enviar mensajes. Hoy atiende las necesidades de unos 160.000 habitantes y en campaña electoral no hay político que no pase ante sus micrófonos. Casos como estos son muy

interesantes: merecen ser estudiados y muy bien analizados. Es la fuerza de la comunidad la que hace que el medio funcione bien.

Según Ruas, la comunicación se confunde con la propia vida. Tenemos tanta conciencia de que comunicamos como de que respiramos o andamos. Es ella una necesidad básica de la persona humana, del hombre social.

> "Juntamente con la evolución de las sociedades, se consagró también la evolución de los medios de comunicación: primero la palabra escrita a través de la prensa, después la palabra hablada a través de la radiodifusión, después el sonido aliado a la imagen con la televisión, y finalmente todos los medios de comunicación (periódico, radio y televisión) en un único vehículo" (2002: 97).

Tal hecho nos lleva a la comprensión de que no habría sociedad tal como la conocemos hoy, evolucionada y globalizada, sin la comunicación. No habría evolución en el proceso de la convivencia y del desarrollo humano sin la evolución de los medios de comunicación.

Así, según Ruas (2002: 97), "podemos afirmar que no habría sociedad y mucho menos desarrollo sin comunicación". La importancia que viene siendo dada al desarrollo local, en todo el país, se debe al hecho de que estamos viviendo una crisis de confianza en las políticas dirigidas por los gobiernos en dimensiones de estados. Las desigualdades entre las regiones, de norte a sur, en que apenas algunos ganan y muchos continúan perdiendo y manteniendo apenas su condición de supervivencia: es este uno de los mayores problemas de la economía globalizada.

Estamos presenciando un tiempo donde todo se hace y se deshace con la misma rapidez, todo va de lo conocido a lo desconocido, del "local-local" para el "local-global". Una mayor proporción de la comunicación acontece en la vida familiar y en la relación diaria entre las personas, en el trabajo, en la recreación, en el comercio y en el deporte. La comunicación interpersonal, característica de la sociedad tradicional, que muchos pensaban que sería suplantada por la comunicación impersonal de medios electrónicos, hoy está de nuevo en ascensión, quizá como una reacción contra la masificación y el comercialismo de los medios de comunicación. Pero la razón más probable de la revaloración del coloquio, del encuentro, de la charla, quizá sea que el

hombre-individuo está encontrando su identidad verdadera de hombre-social y valorando más el lugar donde vive. En el seno del asociativismo en ascensión y de la lucha por el fortalecimiento de la sociedad civil, el hombre está reaprendiendo el proceso de comunicación "persona a persona", por medio de la palabra hablada. En ese sentido, afirma el canadiense McLuhan:

> "La palabra hablada envuelve todos los sentidos intensamente. Al hablar, tendemos a reaccionar a cada situación, siguiendo el tono y el gesto hasta de nuestro propio acto de hablar. Es la proyección del hombre en el habla lo que permite al intelecto destacarse de la vastedad real. Sin el lenguaje, la inteligencia humana habría permanecido totalmente envuelta en los objetos de su atención. El lenguaje es para la inteligencia lo que la rueda es para los pies, pues les permite desplazarse de una cosa a otra desenvueltamente y con rapidez. El lenguaje proyecta y amplía al hombre. La elocución despega el hombre y la humanidad del inconsciente cósmico. El lenguaje es considerado la más rica forma de arte, pues es lo que nos distingue de la creación animal" (1995: 98).

Para Ruas (2002: 102), la palabra hablada tiene un valor indiscutible, un papel fundamental, consagrándose con la radiodifusión. En ese proceso podemos citar tres factores importantes.

> "En primer lugar, haber sido un proceso que colaboró para la integración nacional, superando largas distancias, llegando a locales remotos de difícil acceso. Se volvió el medio de comunicación más popular y de mayor alcance de la población, por motivos geográficos, culturales o económicos. Estando presente en el cotidiano de la mayoría de las personas, fue un vehículo usado para colaborar con el país, en la superación de problemas graves tales como los altos índices de analfabetismo, pobreza, mortalidad infantil y falta de información".

Siguiendo aún el pensamiento de McLuhan (1995: 336):

> "La radio afecta a las personas, *personalmente*, ofreciendo un mundo de comunicación no expresa entre el escritor-locutor y el oyente. Este es el aspecto más inmediato de la radio. Una experiencia particular".

El poder que tiene la radio de envolver a las personas en profundidad se manifiesta en el uso que las personas hacen del aparato de radio, durante sus trabajos de casa, bien como aquellas que llevan consigo sus transistores, que les propician un mundo particular, propio, en medio de las multitudes.

En segundo lugar, continúa Ruas (2002: 103), ser un medio comprensible para los analfabetos, público que los medios de comunicación impresos excluyen. En tercer lugar, porque después del hallazgo del transistor, la radio adquirió la movilidad que tanto necesitaba. Quedó libre de cables y enchufes y está presente en todos los lugares: en la sala, en la cocina, en el cuarto, en el coche. Según Ortriwano (1985: 37):

> "Entre los medios de comunicación de masa, la radio es, sin duda, el más popular y el de mayor alcance público, no sólo en Brasil como también en todo el mundo".

Por último, a través de su movilidad, la radio dejó de ser un medio de recepción colectiva, volviéndose individual. El emisor pasó a comunicarse con toda su audiencia, cual si estuviese hablando para cada un, en particular. En las programaciones de la radio comunitaria, nos cuenta Ruas, se observa la expansión del uso de la radiodifusión como principal soporte para la movilización social, constituyéndose en uno de los principales factores para el desarrollo local. Además de la movilidad provocada por la radiodifusión, tenemos también la movilización, la cual es efectuada por la convocación de voluntarios para un propósito común, con interpretaciones y sentidos compartidos y, sobre todo, despertando una pasión. No es posible movilizar una comunidad si no se despierta antes la pasión que la llevará a actuar y hará que el individuo recree su propio local: la comunidad en que vive. Sobre el lenguaje radiofónico, Balsebre (2004: 24) nos hace una importante definición diciendo que,

> "el lenguaje radiofónico no es únicamente la palabra; está constituido por los sistemas expresivos de la palabra, la música y los efectos sonoros. Esta errada identificación del lenguaje radiofónico con el lenguaje verbal se basa en la limitada concepción del medio como un canal transmisor de mensajes hablados, soporte para la comunicación a distancia entre personas, excluyéndose el carácter de la radio como medio de expresión"

Por medio de la comunicación, el hombre evita la soledad frustrante del aislamiento y encuentra medio de satisfacer sus necesidades y deseos. Según Steiberg (1986: 18): "la comunicación es un proceso social. La comunicación estandariza el medio para el individuo, siendo que los medios de comunicación

reflejan ese medio. La comunicación relaciona el individuo a otros individuos, y los medios de comunicación revelan ciertas relaciones entre los individuos y el medio social".

Nos cuenta Silva (2000: 9) que las transformaciones tecnológicas del siglo XX innovaron en los mecanismos utilizados en la organización de la sociedad: "los vehículos de comunicación acabaron adquiriendo función determinante, pues estrechan la distancia que separa el transmisor del receptor en un determinado mensaje". Hoy, el mundo se comunica de manera prácticamente instantánea; en fracciones de segundo se puede llegar a otros continentes. Esa nueva realidad ayuda a entender el panorama mundial, principalmente la mundialización cultural y el proceso de globalización económica. Los detentores de esa tecnología se vuelven responsables por la realidad social, pues es de ellos la función de las transmisiones. Siendo así, los medios son uno de los polos del poder político de la sociedad.

> "La utilización de los vehículos de comunicación para mantener o transformar determinado sistema no es tema actual. Mucho ya se habló sobre como los gobernantes utilizan los medios de comunicación y su poder de alienación para imponer reformas o leyes destinadas a beneficiar a este o aquel sector; por otro lado, también fueron víctimas de ese proceso. La influencia de los medios de comunicación en la vida democrática brasileña no se restringe al papel de la información y divulgación, sino que actúa en clara relación con las instancias responsables por la administración de nuestro país. Ejemplo de eso es la Ley de Concesiones, que prevé un aval del Ejecutivo para el funcionamiento de determinado vehículo de comunicación. Tamaña es la importancia atribuída a la comunicación que el gobierno reserva un ministerio para reglamentarla" (Silva, 2000: 10).

Como bien advierte Almeida (2001: 140), las ventajas de la tecnología en el radioperiodismo comprenden la velocidad en la confirmación y transmisión de las noticias, acceso a un número mayor de informaciones en tiempo y costos menores y el aumento de la interactividad con el oyente: "pero velocidad no siempre significa calidad, principalmente cuando atropella las normas del buen periodismo, entre ellas la necesidad de confirmar determinadas informaciones". Las nuevas tecnologías refuerzan la vocación de la radio como el vehículo de la noticia en primera mano. Quizá sea necesario

preguntar cuál es el papel de la radio en el día a día del oyente y qué es calidad en la producción radiofónica. O asumir el riesgo de perder el mayor patrimonio de un vehículo de comunicación: la credibilidad.

> "En algunas situaciones, la radio aún es la primera en dar las últimas (noticias). Lleva ventaja sobre los otros vehículos de comunicación debido a la rapidez de confirmación y divulgación y a la facilidad para acompañar al oyente en todas las actividades de su cotidiano. Especialmente en la cobertura de ciudad y en el llamado servicio, lo que ciertamente aumenta (¿o debería aumentar?) el rigor en la información. La credibilidad es la principal tarjeta de visita de cualquier vehículo de comunicación. En la radio, este compromiso con la veracidad de los hechos debe ser mayor, debido al gran alcance" (Almeida, 2001: 141).

Y aquí dejo unas preguntas de difícil respuesta: ¿Qué va a pasar con la credibilidad en el mundo de las radios comunitarias?. ¿Están listas para informar? ¿Tienen periodistas/radiofonistas preocupados en revelar la verdad de los hechos? ¿El gobierno tendrá mecanismos eficaces en la regulación y fiscalización de esas emisoras? Y eso sin pensar en las radios ilegales.

Los equipos utilizados en la apuración, producción y vehiculación radiofónica son apenas máquinas, como eran los utilizados hace 20 años. Lo que hace la diferencia, resalta Almeida, es el profesional que los opera. Las nuevas tecnologías no pueden servir para incentivar la pereza, la acomodación, la falta de creatividad de técnicos y periodistas. En opinión de Abreu (2001: 134), además de la velocidad, existe otro punto fundamental del radio periodismo: la credibilidad. No basta informar primero. Es preciso saber lo que se está diciendo. "No todos los reporteros, redactores e inclusive editores están suficientemente preparados para evaluar, con seguridad, hasta qué punto una información merece credibilidad". Cabe reconocer que la preocupación en informar antes que los otros vehículos genera una dificultad más, que es el tiempo de confirmación del hecho.

Para Ignacio Ramonet (2005: 26), cada vez más ciudadanos toman conciencia de esos nuevos peligros y se muestran muy sensibles respecto de las manipulaciones mediáticas, convencidos de que en nuestras sociedades hipermediatizadas, vivimos paradójicamente en estado de inseguridad informativa: "la información prolifera, pero sin ninguna garantía de confiabilidad.

Asistimos al triunfo del periodismo de especulación y de espectáculo, en detrimento del periodismo de información. La puesta en escena (el "*embalaje"*) predomina sobre la verificación de los hechos".

En opinión de Ortriwano (1985: 43), el extraordinario progreso experimentado por las técnicas de comunicación desde 1970 representa para la humanidad una conquista y un desafío. Conquista, en la medida en la que posibilita la difusión de conocimientos y de informaciones en una escala antes inimaginable. Desafío, en la medida en la que el avance tecnológico impone una seria revisión y reestructuración de los presupuestos teóricos de todo cuanto se entiende por comunicación.

> "En otras palabras, no basta el progreso de las telecomunicaciones, el empleo de métodos muy sofisticados ni el almacenaje y reproducción de conocimientos. Es preciso capacitar nuevamente cada sector, cada modalidad, pero analizando y potenciando la comunicación como un proceso total. Y es necesario avanzar, aprovechar las tecnologías, los recursos, su operacionalidad, el beneficio para todas las personas en todos los sectores profesionales. Y, también, el beneficio en la propia vida doméstica y en el ocio" (1985: 43).

En opinión de Balsebre:

> "la industria audiovisual de los 90, más concentrada en grupos multimedia y más atenta a la lógica de la inversión rentable, ha organizado las demandas informativas, culturales y de entretenimiento de los públicos radioyentes según segmentos de interés, ofreciendo a cada segmento aquella programación especializada creada para satisfacer un consumo inmediato y placentero. Esta dialéctica que ordena la razón de una programación radiofónica especializada y la razón de una audiencia segmentada en un mismo ciclo creativo ha sobrevalorado el concepto de "radio-servicio", dejando en un segundo plano conceptos complementarios como "radio-compañía", "radio emoción", "radio-arte"" (2004: 12).

En cuanto a la masificación en la radio, se percibe que, en un país como Brasil, el morador de una favela carioca, el empresario paulista, el sertanejo nordestino y el caboclo amazonense están recibiendo, diariamente, en sus casas, programación con los mismo valores, las mismas formas de existir y pensar, según explica Lobo, en el sitio http://intermega.globo.com/radiocomunitaria.htmal:

> “(...) aunque su cotidiano y sus necesidades sean extremadamente diferentes, para los medios de comunicación empresariales son iguales. Para este tipo de medios de comunicación es necesario elaborar productos culturales que sean aceptables por los medios de comunicación indiferenciada de esta audiencia. Esta aceptación generalmente no es natural, sino construída progresivamente, a través de los propios medios de comunicación. No se pregunta a la audiencia qué desea, sino qué acepta, o sea, qué acepta dentro del *"menú"* propuesto y elaborado por las propias emisoras. Las personas sienten falta de alternativas a este modelo estandarizado de medios de comunicación empresarial. Alternativas que lleven en cuenta la realidad de cada lugar. El cotidiano y las necesidades de cada comunidad no partirán de este tipo de medios, pues ellos necesitan una estructura que sólo puede ser lucrativa si es grande, centralizada y, por lo tanto distante de la realidad específica, particular, parcial de los ciudadanos. Vale citar aquí que Bertold Bretch, en *Teoría de la radio*, 1932, dijo: “La radio es el más fabuloso medio de comunicación imaginable en la vida pública. Constituiría un fantástico sistema de canalización si fuese no apenas emisor sino también receptor. El oyente no debería apenas oír, sino también hablar, no estar separado de la radio sino en comunicación con ella. La radiodifusión debería alejarse de las fuentes oficiales de abastecimiento y transformar a los oyentes en los grandes proveedores”.

A partir de la breve historia del desarrollo de la radio en Brasil, podemos verificar, según Ortriwano (1985: 28) que el proceso sigue paralelo al del propio desarrollo nacional. La radio de carácter nacional, con la programación de una única emisora alcanzando directamente todo el territorio, dejó de tener razón de existir, volviéndose necesariamente hacia los aspectos regionales, ligados a la comunidad en la que actúa. En rigor, podemos considerar que nunca la radio brasileña llegó a tener características realmente nacionales, salvo unas pocas emisoras, como la Radio Nacional de Rio de Janeiro.

> “La radio está en la cabecera del Presidente de la República en forma de radio reloj, como también está colgada en la rama de la planta de café del labrador humilde y analfabeto, en forma de radio de pila; está en el lecho del enfermo y en el coche que lleva al cirujano para la primera operación del día” (Tavares 1998: 10).

Nacemos con dos oídos y una boca: tenemos mucho más para oír que para decir, y quizá este sea el motivo de que la radio sea hasta hoy el vehículo más ágil, divertido, cómplice y compañero de todas las horas. Roquette Pinto

ya decía en 1923: "la radio es el periódico de los que no saben leer; el maestro de quien no puede ir a la escuela; es la distracción gratuita del pobre, es el animador de nuevas esperanzas; el consolador de los enfermos, el guía de los sueños, desde que sea conducida con espíritu altruista y elevado".

> “El ser humano y la sociedad, con la evolución de la comunicación, también evolucionaron. El individuo comenzó a sentirse parte de esta sociedad, en su casa, su barrio, su escuela, sus amigos. La comunicación es el canal responsable por la transmisión de los padrones de vida, de cultura, por los cuales se aprende a ser miembro de la sociedad, de la familia, del grupo, de la vecindad, de la nación. Fue de ese modo que construímos nuestra “cultura”, esto es, los modos de pensamiento y acción, nuestras creencias y valores, nuestros hábitos y tabúes” (Ruas, 2004: 29-30).

La posibilidad de llevar la radio consigo a cualquier lugar, estableciendo entre ella y el oyente una relación de complicidad, y el abaratamiento del costo de los aparatos tornaron la radio el vehículo más popular. Aún hoy, la radio continúa siendo el medio más rápido y objetivo, llevando entretenimiento, formando opinión, llegando a los oyentes de forma íntima e informal: es un verdadero termómetro del sentimiento popular.

Con estas características sumadas al bajo costo de producción y distribución, la radio puede abordar temas de interés local, interpretando el mundo a través de perspectivas e idiomas locales. La penetrabilidad, la naturaleza local y la capacidad de envolver comunidades en un proceso interactivo de comunicación son calidades imprescindibles para justificar el poder de la radio en el proceso de desarrollo. Y es eso lo que intentaremos identificar en las radios comunitarias en nuestra principal encuesta de esta tesis en el Capítulo 5.

La pasión de los agentes, aliada a la movilidad de la radiodifusión y a la movilización que ella provoca, son factores que hacen de puente entre la comunidad y su desarrollo, tornándolo viable.

1.2. Consideraciones metodológicas

1.2.1. Justificación

No se ha realizado en Brasil ninguna investigación con una encuesta dirigida a las radios comunitarias legalizadas, dedicada a diagnosticar cómo estas emisoras están sobreviviendo en los días actuales y qué beneficios pueden aportar para la sociedad.

Sabemos que para, hacer llegar a las audiencias productos con un alto grado de penetración, se necesita, además de la buena voluntad, conocer con detalle el canal a través del cual se difunden los mensajes.

En su informe del año 2000, la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión[4] se refiere al efecto que produce la discriminación de ciertos sectores de la población contra el fortalecimiento de las democracias: "la falta de participación equitativa impide el desarrollo amplio de sociedades democráticas y pluralistas, exacerbando la intolerancia y la discriminación. La inclusión de todos los sectores de la sociedad en los procesos de comunicación, decisión y desarrollo es fundamental para que sus necesidades, opiniones e intereses sean contemplados en el diseño de políticas y en la toma de decisiones."

> "Es precisamente a través de una participación activa y pacífica de toda la sociedad en las instituciones democráticas del Estado como el ejercicio de la libertad de expresión se manifiesta plenamente permitiendo mejorar la condición de los sectores marginados." (CIDH, 2000: 18-19)

En innumerables ocasiones la Relatoría ha señalado la importancia del derecho de acceso a la información como requisito indispensable para el real funcionamiento de la democracia. En un sistema democrático representativo y participativo, la ciudadanía ejerce sus derechos constitucionales de

[4] CIDH, Informe Anual, año 2000, Volumen III, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, pág. 18 – 19.

participación política, votación, educación y asociación entre otros, a través de una amplia libertad de expresión y de un libre acceso a la información.

El acceso a la información, requisito de una verdadera libertad de expresión, es un derecho que fomenta la autonomía individual y que permite la realización de un plan de vida ajustado al libre arbitrio.

Sin esta información, no puede ejercitarse plenamente el derecho a la libertad de expresión como un mecanismo efectivo de participación ciudadana ni de control democrático de la gestión gubernamental. Este control se hace aún más necesario por cuanto uno de los graves obstáculos para el fortalecimiento de las democracias son los hechos de corrupción que involucran a funcionarios públicos[5].

Creemos que la participación de las sociedades a través de la manifestación social es importante para la consolidación de la vida democrática de las sociedades y que, en general, ella como ejercicio de la libertad de expresión reviste un interés social imperativo, lo que deja al Estado un marco aún mas ceñido para justificar eventuales limitaciones.

Según nos informa Peruzzo, la comunicación popular no es un fenómeno reciente, pero sólo en los años setenta y ochenta aparece de forma más significativa en la producción científica del campo de la comunicación social.

> "En cien años - de 1883 a 1983 -, entre 1.312 títulos apenas 21 versaban sobre la comunicación popular o alternativa, mientras que al final de la última década este número ascendió para 38, entre disertaciones y tesis, además de artículos y libros" (1998: 113).

Una investigación llevada al efecto, englobando textos de cuño teórico, otros de capacitación técnica y unos de actividad propiamente dicha, reveló

[5] Víctor Abramovich y Christian Courtis: "El Acceso a la Información como Derecho en Igualdad, Libertad de Expresión e Interés Público", Felipe González y Felipe Viveros, ed. Cuaderno de Análisis Jurídico: Escuela de Derecho Diego Portales, pág. 198. En dicho articulo Abramovitch y Courtis identificaron el derecho de acceso a la información como instrumento de otros derechos: 1. La información como mecanismo de fiscalización de la autoridad pública, 2. La información como mecanismo de participación, y 3. la información como exigibilidad de los derecho sociales, económicos y culturales. En: CIDH, Informe Anual, año 2000, Volumen III, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión.

que de 1974 a 1991 fueron catalogados 198 documentos. El mayor crecimiento se verificó entre 1986 y 1988. (Doimo, 1995: 135-136)

Algunos autores llegan a ver en los estudios de la comunicación popular una contribución para la teoría de la comunicación. Dice Christa Berger:

> "El estudio de la comunicación popular redefinió los marcos de la problemática de la comunicación. Durante mucho tiempo, hablar de comunicación significó hablar de medios, canales, mensajes. Ahora, hablar de comunicación popular implica hablar de cultura, de relación. Y necesita, para tanto, de interdisciplinaridad en su sentido más profundo. Traer la comunicación popular para el espacio de la cultura introdujo la dimensión del conflicto histórico ante el cual lo popular se define como movimiento de resistencia. Y, consecuentemente, la idea de acción, de praxis. La comunicación popular es una práctica en conflicto. (...) El estudio de la comunicación popular redefinió el propio concepto de popular, superando la versión populista e idealista, para quien pueblo es conciencia de clase en oposición a la masa despolitizada. Esta redefinición de lo popular permitió pensar la diversidad y la pluralidad y revalorizar la relación entre comunicación de masa y comunicación popular, redimensionando este espacio ambiguo y conflictivo en el que se produce lo popular, y fuera del cual es reducido a una categoría abstracta" (Peruzzo, 1998: 114).

Por último, resalta Meliani: "resta aguardar el resultado de las concesiones de las radios comunitarias, conferir quién gana el derecho de hablar y verificar si los contenidos vendrán a oxigenar o no el sistema de comunicación. De cualquier forma, acompañar la legalización será un ejercicio interesante para identificar las relaciones de poder y los intereses que se establecen en este país. Será la oportunidad de revelar un pequeño retrato de Brasil".

1.2.2. Objetivos y metodología

Como afirma Newton da Costa (1977; 160):

> "Se entiende por hipótesis una suposición que se hace, pero que aún no fue testada de modo intensivo y conclusivo; es aceptada apenas provisionalmente,

sin status científico definitivo, dependiendo, para tanto, de futuras verificaciones y análisis críticos. Las teorías, al contrario, son suposiciones ya establecidas, tenidas como verdaderas o aproximadamente verdaderas".

Muchas emisoras han abierto sus puertas pensando que así seria más fácil obtener una autorización legal del gobierno para funcionar. Mientras están en la ilegalidad, quizás, será más fácil mantener la emisora en funcionamiento, ya que no hay que cumplir con ninguna obligación legal. Pero cuando una emisora obtiene una autorización del gobierno para funcionar y debe obedecer la ley, es probable que tenga dificultades operativas y financieras, ya que los radiodifusores comunitarios no están satisfechos con la ley que los reglamenta por considerarla muy restrictiva. Pero radio comercial y radio comunitaria son cosas muy diferentes y son necesarias leyes distintas para regularizar cada una de ellas. A veces una emisora "comunitaria" quiere funcionar como una comercial. ¿Y dónde está el carácter comunitario en eso?

El objetivo fundamental de este proyecto es saber si las radios comunitarias están cumpliendo la ley y funcionando realmente como emisoras que merezcan esa denominación.

Los objetivos secundarios serian presentar casos y acontecimientos de radios comunitarias, no procurando un modelo "ideal", sino con la esperanza de que este trabajo sea un instrumento útil para los difusores comunitarios y los que, siéndolo potencialmente, buscan crear o adaptar modelos de radios comunitarias que cuadren con las condiciones específicas que enfrentan. "De todas maneras, en este inicio de siglo la radio parece estar en decadencia. Eclipsada por otros medios, la radio es descuidada en los debates sobre política social y con frecuencia es tratada con negligencia por los planes y presupuestos de las redes de difusión estatales y las corporaciones propietarias de los medios de comunicación.[6]"

La radio es un elemento útil para las minorías, pero se enfrenta por lo general a condiciones económicas, sociales, políticas y culturales muy adversas. La legislación propuesta por el gobierno de Brasil para las emisoras comunitarias es muy restrictiva: potencias muy pequeñas, imposibilidad de

[6] Girad, Bruce (1992). Disponible en www.comunica.org/apasionados.

incluir publicidad y de formar cadenas y frecuencia única para todas las emisoras, lo que será discutido en los próximos capítulos. En muchos países los promotores de emisoras comunitarias sencillamente luchan por la legalización, por una legislación que elimine prohibiciones, como ocurre en Brasil. Con este proyecto, espero tener conocimiento suficiente para ayudar a desarrollar aun más el proceso de implantación de las radios comunitarias en Brasil. Como bien dice el periódico *JB*[7] de Río de Janeiro: "hay una incapacidad demostrada por los órganos responsables, incluso en el actual Gobierno, de respaldar e implementar las propuestas que el sector de la radiodifusión comunitaria ha presentado a lo largo de los últimos años, y de normalizar la situación de las emisoras de baja potencia que han solicitado autorización para funcionar, como en el caso de las decenas de radios que están con sus pedidos de concesión hace años en trámite en el Ministerio de Comunicaciones".

Muchas veces esto ocurre por la falta de informaciones disponibles para el pueblo brasileño. Este proyecto pretende llevar todas las informaciones necesarias a ese pueblo que tanto sufre con la corrupción y por el intercambio de favores en muchas concesiones de radios y TVs.

Uno de los mayores desafíos para el actual gobierno de Lula da Silva y para los futuros comunicadores de Brasil será la democratización de los medios de comunicación. Espero que el nuevo gobierno tenga la visión de que hoy la lucha por la democracia en la comunicación es muy importante y posiblemente sea uno de los retos más difíciles. Con tantos desafíos, este trabajo será de suma importancia para continuar mi formación académica y poder ayudar a aquellos brasileños atormentados por los vaivenes de la política y por la falta de información.

Se trataría, en definitiva, de dar a conocer estas prácticas de comunicación local popular; determinar la importancia de estos medios comunitarios en los locales en que están implantados; señalar la contribución de las emisoras para la integración cultural y social de su audiencia; proponer estrategias de comunicación de radio comunitaria.

[7] Domingo, JB, 27.10.96, pp.18-19

En este trabajo pretendemos demostrar recurriendo tanto a la bibliografía específica como a diversas fuentes documentales, cómo el marco regulatorio desplegado por la política de radiodifusión brasileña ha acabado propiciando la expansión de las radios ilegales.

Esta investigación pretende realizar una reflexión teórica sobre la radio comunitaria, sobre el modelo de comunicación que la sustenta, la "comunicación comunitaria", en la que se articulan el análisis histórico y el análisis de la estructura comunicativa con el objetivo de dilucidar los aspectos esenciales de su estrategia discursiva.

Este análisis histórico nos permite acotar las etapas que va desarrollando una economía de la comunicación, configurando una estructura comunicativa, en el seno de un marco regulatorio, de unas políticas comunicativas.

La especificidad de nuestro objeto de estudio, en tanto que objeto comunicativo y objeto social, hace que adquieran una especial relevancia en nuestra investigación los aspectos jurídicos y normativos. Toda política comunicativa identifica, a la postre, una política, un proyecto social, frente a la que tomarán posiciones los diversos proyectos comunicativos, también los alternativos, a la postre proyectos políticos.

De ahí que en nuestra reflexión sobre un modelo comunicativo, sobre una política comunicativa como la que alimenta la radio comunitaria, devenga crucial tanto la categorización de ese modelo en tanto que estrategia discursiva, como su definición en tanto que agente social, político.

Estas son las coordenadas desde las que se articula el trabajo de campo desarrollado en la investigación, con el objetivo de poner a prueba un marco categorial y de ofrecer un análisis de coyuntura que arroje luz sobre el universo de la radio comunitaria brasileña y el ecosistema comunicativo brasileño en su conjunto.

Con el trabajo de campo se ha pretendido dar voz tanto a los miembros de la ABERT (Asociación brasileña de radio y TV comerciales) como a los líderes comunitarios.

Evaluar esa voz, su alcance y sus estrategias, su morfología y su cotidianeidad, ha sido nuestro principal objetivo.

CAPÍTULO II

La historia de la radiodifusión brasileña

2.1. Las innovaciones tecnológicas

Todos los que desean pensar el presente y el futuro no pueden desconsiderar el escenario social dibujado por el conjunto de transformaciones que alcanzan las esferas económicas, políticas y culturales de las sociedades contemporáneas, las cuales, sistemáticamente, denominamos globalización. La idea que fundamenta el concepto de la globalización, considera la existencia de procesos que ocurren en escala planetaria, o sea, sobrepasan los límites establecidos por las fronteras nacionales o regionales, promoviendo la integración de segmentos o individuos de una misma sociedad o de diferentes sociedades interrelacionadas. En ese contexto, partimos de la constatación de mutua influencia que se establece entre el desarrollo de medios de comunicación y el proceso de globalización, particularmente en lo que se refiere a las transformaciones tecnológicas derivadas de complejas relaciones económicas y las influencias que tales modificaciones producen en los medios y en los modos de consumo de la audiencia.

El avance tecnológico es uno de los factores que vienen propiciando, progresivamente, las condiciones favorables para el incremento y la consolidación de una amplia industria de la cultura de ámbito nacional y global, a través de la cual se establece un pródigo mercado de bienes culturales, capaz de fomentar la circulación de incontables signos, símbolos y significados que terminan poblando el imaginario de los individuos y que pueden influir sus modos de pensar, sentir, actuar y de verse en el mundo. Siendo así, los medios de comunicación masivos, como uno de los fenómenos culturales y económicos más impactantes e influyentes de las sociedades modernas, vienen adquiriendo alto dinamismo y grandes públicos que componen el universo de sus consumidores.

El desarrollo de incontables tecnologías en el campo de la electrónica y de la informática, promovió una gran expansión de las telecomunicaciones y dio a la comunicación humana y masiva un carácter cada vez más intensivo, favoreciendo la configuración de las condiciones para el incremento de las actividades de naturaleza global de medios de comunicación y dando forma a lo que Marshall McLuham vendría a definir al inicio de los años 70 como la "aldea global".

Con el desarrollo de la comunicación eléctrica, iniciada con el telégrafo, surgió una percepción de cambio inminente e inmediato. Los debates en los medios de comunicación en la segunda mitad del siglo XX estimularon la reevaluación, tanto de la invención de la impresión gráfica cuanto de todas las otras tecnologías que fueron tratadas en el principio como maravillas.

Briggs y Burkes (2004: 23), en su libro *"Uma História social da mídia",* reflexionan sobre las consecuencias culturales y sociales del desarrollo de los medios de comunicación.

> "Contradictorios son la naturaleza y el objetivo de esas consecuencias. ¿Son ellas primordialmente políticas o psicológicas? ¿Por el lado político, favorecen la democracia o la dictadura? La "era de la radio" fue, no solamente la era de Roosevelt y Churchill, sino también de Hitler, Mussolini y Stalin. ¿Por el lado psicológico, la lectura estimula la empatía con los otros o el aislamiento en un mundo particular? ¿La televisión o "la red" aniquilan o crean nuevos tipos de comunidades en las cuáles la proximidad espacial no es más importante?". (…) "De nuevo, ¿ las consecuencias de la prensa escrita o de la televisión son más o menos las mismas en cualquier sociedad, o varían de acuerdo con el contexto social o cultural? ¿Es posible distinguir culturas de la visión, en las cuáles lo que es visto se sobrepone a lo que es oído, y culturas de la audición, más sensibles a sonidos?".

La invención – así como la adopción y el desarrollo – de locomotoras y embarcaciones a vapor hizo reducir el tiempo de los viajes y amplió los mercados. Y la electrónica, palabra que no era usada en el siglo XIX, propició el inmediatismo. De otro lado, otros sugieren que el uso de un nuevo medio de comunicación inevitablemente muda a largo plazo, si no antes, la visión de las personas sobre el mundo. Ninguna teoría única suministra una guía completa

para el reino contemporáneo de las “tecnologías de comunicación de alta definición, de interacción y mutuamente convergentes”, en las cuales las relaciones, sean ellas individuales o sociales, locales o globales, están en flujo continuado.

> “Hay épocas en las que el historiador de medios de comunicación siente que la mejor metáfora para usar con relación al pasado reciente es aquélla de la “mata”. La tecnología muda tan rápidamente y se vuelve tan obvia que la historia más amplia queda olvidada. Examinando en detalle, no todo converge” (2004: 24).

Esa rápida expansión de los avances técnicos no significa solamente transformación de medio. Anuncia también modificaciones en el perfil de la audiencia con las posibilidades de mayor segmentación y alteraciones en la estrategia de comercialización de los nuevos productos y programaciones que pueden ser ofrecidos por los vehículos. Según Carlos Eduardo Esch, modificaciones que generan una serie de incertidumbres y dudas cuanto a las consecuencias para sus profesionales y particularmente para los comunicadores, que parecen ser una lenta “reinvención” del medio.

> “En ese sentido, “reinventar” posee un significado figurado que expresa un profundo proceso de transformación económico-tecnológica, el cual alcanza con fuerza “demoledora” la estructura del modelo vigente de radio-transmisión, producción, programación, comercialización, presentación y aun estructuración empresarial – apoyada en la tecnología analógica. Modelo éste, que ya es testigo de la substitución, no siempre lenta, de sus antiguos parámetros técnicos, comerciales y de producción por una “avalancha” de nuevos recursos traídos por el “huracán” de la digitalización” (2001: 85).

La historia de la radio se confunde con la historia de varios personajes que contribuyeron para que hoy podamos encender nuestra televisión en casa y ver un programa que está siendo transmitido en directo de cualquier parte del mundo. Aunque la preocupación central de este estudio sea las radios comunitarias en Brasil, juzgamos importante relatar algunas informaciones sobre la evolución de la Radiodifusión en Brasil y en el mundo.

Los medios de comunicación de masa evolucionaron y continúan haciéndolo, de conquista en conquista, comenzando por el telégrafo por

impulsos electromagnéticos y las comunicaciones por ondas hertzianas, evolucionando hasta la televisión y llegando hasta los satélites artificiales.

Sin desprestigiar inventores anteriores, tomemos como punto de partida para la evolución del medio radio el año de 1835, cuando el norteamericano Samuel Finley Breese Morse[8] (1781 - 1872), inventa el telégrafo, compuesto de un manipulador telegráfico, enchufado en serie con un conjunto de baterías, un electroimán, un mecanismo de relojería para manejar una cinta de papel y el alfabeto característico que llevó su nombre: Código Morse.

En 1863, en Cambridge - Inglaterra, James Clerck Maxwell (1831-1879) demostró teóricamente la probable existencia de las ondas electromagnéticas, diferentes solamente en tamaño de las ondas de luz, pero con la misma velocidad: trescientos mil kilómetros por segundo. James era profesor de física experimental y desde esta revelación otros investigadores se interesaron por el asunto.

El alemán Henrich Rudolph Hertz[9] *(*1857 – 1894) fue uno de ellos. El principio de la propagación radiofónica vino realmente a través de Hertz que comprobó en la práctica en 1887 la existencia de las ondas electromagnéticas, llamadas hoy de "ondas de radio". Sus experiencias se basaron en la teoría de Maxwell. Hertz construyó un circuito oscilante que producía unas ondas

---

8 Inventor estadounidense nacido en Charlestown (Massachusetts). En 1832, realizando un viaje en barco por Europa durante el cual conoció a bordo a Charles T. Jackson, quien había realizado estudios en París sobre electricidad y magnetismo. Jackson fue dando a conocer a Morse los últimos experimentos sobre electricidad, a través de cables de gran longitud expresando que pronto sería posible mandar noticias valiéndose de ese medio. En aquel momento acababa de nacer el inventor que había en Morse. En 1839 presenta su primera invención, consistente en el alfabeto que lleva su nombre. Sus inventos solo se tomaron en serio después que en el año 1844 se transmitiera un resultado electoral entre las ciudades de Baltimore y Washington. La patente de Morse fue registrada en casi todos los estados europeos.

9 Físico alemán nacido en Hamburgo. Sus trabajos se centraron en demostrar mediante un dipolo la existencia de las ondas electromagnéticas formuladas por Maxwell. Desde entonces y en su honor reciben el nombre de ondas “hertzianas”. Determinó la velocidad de propagación y la frecuencia de dichas ondas y descubrió los fenómenos de reflexión asociados a ellas (utilizado años más tarde en el radar). Hertz pudo demostrar experimentalmente la existencia de ondas electromagnéticas de frecuencia relativamente baja. Una vez comprobada la realidad de ondas eléctricas propagadas por el espacio, Hertz mostró que estas podían ser reflejadas, refractadas, polarizadas y difractadas al igual que la luz. También midió la velocidad de propagación y encontró que era del mismo orden que el de la luz y del calor radiante. La telegrafía sin hilos es una aplicación práctica de los hechos experimentales establecidos por Hertz, e incrementó la importancia de las ondas hertzianas. Sus descubrimientos sirvieron más tarde, entre otras cosas, para el desarrollo de las técnicas radiofónicas.

capaces de transladarse por el espacio y ser detectadas por un cable eléctrico a modo de antena en el que generaban una corriente eléctrica oscilante similar a la producida en el circuito de origen, abriendo así el camino de la telegrafía sin hilos. En su homenaje, las ondas de radio pasan a ser llamadas de "Ondas Hertzianas", usándose también el "Hertz" como unidad de frecuencia.

Balsebre (2001: 14) nos informa que

> "el físico estadounidense Lee de Forest descubre el principio de la amplificación electrónica con la válvula "audión" o triodo (un tubo de vacío con tres electrodos) y el ingeniero de la Westinghouse Reginald A. Fessenden, canadiense, en Nochebuena y desde Massachusetts, transmite por primera vez una voz humana en la distancia sin necesidad de ningún hilo: la palabra ya puede transmitirse sin hilos a distintos oyentes a la vez".

En 1877 el físico norteamericano Emite Berlinger inventa un aparato, hoy conocido como micrófono, que poseía la capacidad de convertir ondas sonoras en empujes eléctricos.

Como podemos observar, muchos personajes de la historia de la radio contribuyeron para el perfeccionamiento de la transmisión y recepción de las señales electromagnéticas. Así como esos ya citados, muchos otros surgieron y descubrieron nuevos aparatos que posibilitaron el desarrollo de la transmisión inalámbrica. Al final del siglo 19 grandes hallazgos estaban siendo realizados en corto intervalo de tiempo en todo el mundo en el campo de las comunicaciones, envolviendo la perspectiva de grandes fortunas así como el interés de ciertos países en mantener en secreto para uso militar los inventos de sus científicos e investigadores. De esta forma, es muy difícil afirmar con absoluta certeza quien fue el inventor de la radio.

> "Existe una corriente mundial que concede ese crédito a Guglielmo Marconi[10] (1875 - 1937), sin embargo no podemos olvidarnos del físico ruso

[10] Ingeniero electricista e inventor italiano nacido en Bolonia. Fue suya la primera voz humana transmitida por las ondas etéreas. Guillermo fue el tercer hijo del matrimonio de Guiseppe Marconi, italiano, y de su segunda esposa, la irlandesa Ann Jameson. Tenía ocho años y ya su principal deseo era estar en la biblioteca de su padre. Y cuando no, construyendo aparatos que conectaba a la corriente eléctrica, con los consiguientes cortocircuitos. Por intervención de su madre, el profesor de física Vicente Rosa comenzó a dar clases a Guillermo. En el somero examen que el profesor hizo a su nuevo alumno, se percató de sus conocimientos, increíbles para un muchacho de tan cortos años. Los Marconi eran adinerados, pero la incredulidad del

Alexander Stepanovitch Popov (1859-1906) que en el día 7 de mayo de 1895, transmitió, recibió y descifró el primer mensaje telegráfico sin hilos con éxito. El científico ruso Alexander Popov había enviado un mensaje de una embarcación de la Marina rusa distante 30 millas en el mar, para su laboratorio en St. Petersburg, Rusia. Era un hecho increíble, pero el mundo no se enteró. La intención de la Marina rusa era monopolizar esta tecnología poderosa, incitando a Popov a no dar cualquier noticia de sus hallazgos. Considerado como un fantástico secreto de estado, Popov pierde cualquier oportunidad de fama mundial". (Mello, João http://www.bn.com.br/radios-antigos/radio.htm)

Guglielmo Marconi, el inventor de la radio para muchos, nació el 25 de abril de 1874, en la ciudad de Bolonia, en Italia - la misma ciudad que sería sede, un siglo después, de la Radio Alice, la más significativa emisora del movimiento de radios libres en Italia.

Como brasileño, no puedo dejar de relatar los descubrimientos de un noble cura inventor brasileño predecesor de Marconi y de otros, pero poco conocido mundialmente, el Cura Roberto Landell de Moura, gaucho[11], nacido el 21 de enero de 1861.

padre no le permitía poner su fortuna en la explotación de los aparatos creados por su hijo. En el año 1895 y ante la prueba que en la montaña, al aire libre, realizó el inventor, el padre se rindió a la evidencia. Se quedó él y se quedaron todos con la boca abierta cuando presenciaron el «milagro científico", en el que siempre creyó Guillermo Marconi. A un kilómetro de distancia, Marconi emitió señales, que su hermano Alfonso recogió haciendo señas con un pañuelo, de que las percepciones eran clarísimas. Desde entonces pasó Guillermo a ser «el genio de la familia», como en breve lo sería de su época también. El insigne físico tenía 22 años cuando transmitió la S del alfabeto Morse a su hermano Alfonso. El gobierno italiano, a quien el inventor había ofrecido su patente, no se interesó por la experiencia. Entonces, sin perder el ánimo, Marconi y su madre se marcharon a Londres. En 1897 el éxito fue rotundo, pues la demostración cubrió cuatro kilómetros de distancia. Muchos países enviaron representantes y pocos meses después un grupo de financieros políticos fundó la "Marconis Wireless Telegraph and Signal Company". A su padre, un banco de Milán le ofreció por el invento medio millón de liras. El inventor rechazó la oferta, recordando el desdén con que Italia, en 1896, le había tratado. Las primeras instalaciones de la T.S.H. fueron establecidas en Bristol (Inglaterra). El 14 de mayo de 1897, establece una exitosa comunicación telegráfica inalámbrica entre las poblaciones de Lavernock Point y la isla Flatholm, en el canal de Bristol, que están separadas por unos cinco kilómetros. En 1898 se transmitieron por T.S.H. las regatas de Kingstown y al año siguiente Francia e Inglaterra se unen telegráficamente. Año 1902: Marconi, desde la estación Glace Bay (Nueva Escocia), envía el primer mensaje entre Canadá y Gran Bretaña y en 1903 el primero entre Gran Bretaña y Estados Unidos. El año de 1909 fue el cenit de la gloria histórica de Marconi, ya que durante su transcurso la real Academia Sueca otorgó a Guillermo Marconi Jameson el Premio Nóbel de Física como reconocimiento por los méritos contraídos en el desarrollo de la telegrafía sin hilos (Andrés y José Manuel Salillas; http://www.weblandia.com/radio/init-e.htm).

[11] Se dice "gaucho" a las personas nacidas en el Estado de Rio Grande do Sul en Brasil.

En 1893, el cura Roberto Landell de Moura, inventa un sistema de comunicación sin hilos y realiza experiencias bien sucedidas entre el Mirador del barrio de Santana y la Avenida Paulista en la ciudad de São Paulo en una distancia de ocho kilómetros. El cura-científico, construyó diverso aparatos que expone al público en la capital paulista en 1893, tales como:

- el Teleauxiofono (telefonía con hilo)

- el Caleofono (telefonía con hilo)

- el Anematófono (telefonía inalámbrica)

- el Teletiton (telegrafía fonética, inalámbrica, con la cual dos personas pueden comunicarse sin ser oídas por otras).

- el Edífono (destinado a dulcificar y depurar las vibraciones parásitas de la voz fonografiada, reproduciéndola al natural).

> “En esta ocasión, estableció los principios básicos en que se fundamentaría todo el progreso y la evolución de las comunicaciones, tal como conocemos hoy. Sus tesis, firmadas antes de 1890, prevén la "telegrafía inalámbrica", la "radiotelefonía", la "radiodifusión", los "satélites de comunicaciones" y los "rayos láser" (Mello).

En el año de 1900, mientras la hazaña de Marconi no sobrepasaba la distancia de 24 kilómetros, el Cura Landell de Moura lograba del gobierno brasileño la carta patente nº 3279, reconociéndole los méritos de pionero científico universal en el área de las telecomunicaciones.

Mello aun nos dice que en 1901, el Cura Landell de Moura embarcó para Los Estados Unidos y a fines de 1904 *The Patent Office at Washington* le concedió tres cartas patentes: para el telégrafo inalámbrico, para el teléfono inalámbrico y para el transmisor de ondas sonoras”. Actualmente Landell es reconocido por las autoridades en radiocomunicación como el verdadero padre de la radio y patrono de los radioaficionados de Brasil.

Según Briggs y Burkes (2004: 159), también hubo pioneros de la radio en otros países, como A.S. Popoff (1859-1906) en Rusia, Edourd Branly (1844-

1940) en Francia y Augusto Righi (1850-1920) en Italia. Por lo tanto, cuando Guglielmo Marconi (1871-1937) llegó a Gran Bretaña en junio de 1896 para demostrar lo que llamaba de "desarrollos en la transmisión de señales y empujes eléctricos", un escritor del Quaterly Review pudo evaluar que "Mr. Marconi" había "solamente introducido otro modo de hacer lo que ya había sido hecho anteriormente". Fue "su nacionalidad, su juventud e inmerecidas tentativas de desvalorizar su propio éxito" que "atrajeron la atención de la prensa". "Es excelente", concluyó el autor anónimo, "que la prensa deba ocasionalmente despertar para los rápidos avances de la ciencia práctica. La civilización ha avanzado más con el trabajo de los ingenieros que con el habla de los políticos".

> "En ese contexto, la transmisión inalámbrica, auge de la historia de las comunicaciones en el siglo XX, fue pensada simplemente como un substituto para la telegrafía por hilos, así como los automóviles, destaque máximo de la historia de los transportes en el mismo siglo, fueron imaginados como carruajes sin caballos: solamente personas que poseyesen carruajes podrían desearlos" (Briggs y Burkes 2004: 159).

En opinión de Briggs y Burke (2004: 35), solamente en 1837, con la invención del telégrafo eléctrico, fue quebrada la tradicional ligazón entre transporte y comunicación de mensajes. Pues hasta entonces la comunicación dependía del transporte para ser llevada a otros sitios.

Gracias a todos esos avances e inventos mencionados, el lenguaje del fin del siglo XX aún se hacía eco de aquel usado en la época del vapor. Cuando, por ejemplo, el norteamericano William Shockley, uno de los responsables de una invención del siglo XX, el transistor electrónico, estudiaba en el último año del segundo ciclo de la Hollywood high School, en 1927, escribió en una composición:

> "Nuestra era es eminentemente mecánica. Viajamos de un lugar a otro a velocidades relativamente monstruosas; hablamos unos con los otros a grandes distancias y luchamos contra nuestros enemigos con sorprendente eficiencia – todo con la ayuda de artificios mecánicos" (Briggs y Burke, 2004: 36).

Shockley no mencionó nada sobre electricidad, aunque en 1925 hubiese construido un aparato de cristal para oír la radio. Después de estudiar en Instituto de Tecnología de California, estudió mecánica cuántica. Shockley dividiría un premio Nóbel de física, en 1956, cuando la miniaturización de circuitos eléctricos estaba empezando a transformar todos los aspectos del proyecto y uso tecnológicos. Él no estaba sólo previendo nuevo avance social y técnico. La demanda por transistores aún gateaba y sólo aumentó acentuadamente después del advenimiento del circuito integrado. Los primeros consumidores estaban interesados en pequeños transistores, y fueron estos, y no los dispositivos electrónicos que contenían, que recibieron el nombre de transistores.

Nos cuentan Briggs y Burke (2004: 135) que solamente en 1839 el barco británico Sirius completó un viaje trasatlántico totalmente impulsado a vapor, en 18 días y diez horas. Pocas horas después, el Great Western, especialmente construido para el viaje, llegó a Nueva York venido de Bristol en 15 días y 15 horas. El Great Esatern de Brunel recibió la mayor publicidad que la prensa ya había hecho cuando atravesó el Atlántico en 1865, poniendo el primer cable trasatlántico.

> "La telegrafía fue el primer avance de la electricidad, descrita en 1889 por el primer ministro británico, el Marqués de Salisbury, como "un raro y fascinante hallazgo" que tuviera influencia directa en la "naturaleza moral e intelectual y en las acciones de la humanidad". Ella había "reunido toda la humanidad en un gran nivel, en que se podía ver todo lo que es hecho y oír todo lo que es dicho, y juzgar cada política adoptada en el exacto momento en el que los eventos pasaban"" (2004: 140).

La colocación de cables submarinos oceánicos para telegrafía, una iniciativa gigantesca, más difícil, habría sido imposible sin el desarrollo y la expansión del transporte marítimo a vapor, que tuvo en el comercio global su principal estímulo. La propia realización técnica impresionó bastante en la época, y cuando Charles Bright, que colocó el primer cable transatlántico en 1858 (aunque no funcionase), recibió el título de caballero con la edad de 26 años, The Times describió el cable como "el mayor hallazgo desde Colón, una gran conquista... dada a la esfera de la actividad humana". Para Dickens, "en

una edad de trenes expresos, operaciones indoloras, palacios de cristal... y una centena de curiosidades que nuestros abuelos y abuelas jamás soñaron", el telégrafo era, "de todas nuestras maravillas modernas, la más espectacular" Briggs y Burke (2004: 140).

Por iniciativa del Barón de Mauá, Brasil se unió con Europa por cables submarinos en 1872. Sin embargo, Brasil no tenía condiciones de pagar por tal iniciativa, qué lo llevó a la apertura al capital externo. La *Western and Brazilian Telegraph Company* empezó a operar en Brasil, permitiendo la instalación de un sistema telegráfico doméstico y externo (Vianna, 1976: 119).

La distancia iba siendo conquistada a medida que se transmitían informaciones relativas a gobiernos, negocios, asuntos familiares, condiciones climáticas y desastres naturales o provocados por el hombre, la mayor parte de ellas como noticias.

> "Agencias nacieron para llevar las noticias a través de las fronteras, siendo la primera de ellas la Agencia Hayas, fundada en Paris en 1825. La Reuter telegram Company, fundada en Londres, en 1851, por el barón Julius Reuter, que era alemán, siempre fue simplemente conocida como Reuters. Fue Julius quien, en 1859, suministró noticias de las batallas de Napoleão III en Italia y transmitió los textos de los 20 pequeños despachos que el emperador enviaba todo día para el frente de batalla. No había cualquier agencia norteamericana de noticias hasta 1892, cuando la Associated Press (AP), conocida primeramente como Associated Press of Illionois, empezó a actuar" (Briggs y Burke, 2004: 142).

Solamente Bell podía afirmar con seguridad haber hecho el teléfono funcionar. Él lo demostró en la Exposición Internacional de la Filadelfia, en 1876 (celebrando el centenario de la Independencia de Estados Unidos).

Interesante relatar un apartado del libro de Briggs y Burke (2004: 150) que dice que en 1876, algunos sugirieron que "no había necesidad de teléfono, la sociedad siempre pasó bien sin él". Ese comentario, sin embargo, que jamás podría haber sido hecho sobre el telégrafo, era engañoso. Recibido al inicio con incredulidad, en el siglo XX el teléfono vendría a volverse una "necesidad" para muchas personas, tanto en el trabajo cuando en casa – en realidad, más tarde,

con el móvil, también en la calle. La revista Scientific American ya había sugerido en 1880, con mucha acuidad, que el teléfono llevaría "a una nueva organización de la sociedad – un estado de cosas en las que cualquier individuo, aun completamente aislado, podrá llamar a cualquier otro individuo de la comunidad, ahorrando infinitas complicaciones sociales y comerciales, sin necesidad de idas y venidas". (...) llevó tiempo para que el teléfono "llegase al alcance del usuario normal". Fue un médico de Lowell, otra ciudad que forma parte de la historia de la comunicación, que aparecería un sistema de números en 1880, pero la "llamada por dígitos" no surgió antes de 1896 (en Milwaukke).

Para Balsebre (2001: 16), el descubrimiento de las ondas electromagnéticas de Hertz y el invento de la válvula amplificadora de Lee de Forest determina el origen de la radiodifusión, pero

> "con una relación más colateral pero igual de significativa, el invento del teléfono también está vinculado al nacimiento de la radio: a) las emisoras radiofónicas, aunque emisiones "sin hilos", necesitan en algún momento de la conexión telefónica entre dos puntos (entre el estudios en la ciudad y el centro emisor en la montaña; (...) b) la investigación desarrollada para el perfeccionamiento de los micrófonos telefónicos establece un punto de partida importantísimo para la implantación en los años 2 en la radio de los primeros micrófonos de carbón; y c) la primera aplicación de la válvula triodo de Lee de Forest es en las líneas telefónicas de larga distancia, amplificando al señal y atenuando el efecto de *fading* o desvanecimiento de la palabra".

Según Sardinha (2004: 52), Brasil fue una de las primeras naciones a utilizar el teléfono. Eso se debió a la visita de D. Pedro II a Nueva York en el tiempo de la conmemoración de la Independencia de EEUU. En aquella ocasión, D. Pedro II visitó la Exposición Centenaria ocurrida en Filadelfia, en el período de mayo a junio de 1876, oportunidad en la que pudo conocer, en primera mano, el entonces más nuevo hallazgo: llamada por teléfono (McCavitt, 2004: 181). Al regresar a Río de Janeiro, el Emperador ordenó la inmediata instalación de una línea Telefónica en el Palacio "Quinta da Boa Vista" de la Compañía Western and Brazilian Telegraph Company. La instalación se dio en 1877.

En los años siguientes, un expresivo número de compañías extranjeras recibió el permiso para instalar líneas telefónicas en diversa partes de Río de Janeiro y Niteroi.

En términos de comunicación, el período imperial fue significativo para nuestro país, pues introdujo el telégrafo, el teléfono y la operación de un gran número de cables submarinos.

Fue también durante el gobierno imperial, que Brasil se volvió miembro de la Unión Telegráfica Internacional, por medio del Decreto N. 6.701, de 1º de octubre de 1877, adhiriendo, así, a la Convención de San Petersburgo, de 1875.

Según Briggs y Burke que cerca de cien mil aparatos de radio fueron vendidos en 1922; y en 1923, más de medio millón de ellos. Por vuelta de 1925, había 5,5 millones de aparatos en uso en Estados Unidos, prácticamente mitad del total mundial. El número de iniciativas individuales de radiodifusión caería y finalmente surgirían redes poderosas, la primera de ellas siendo la NBC, a National Broadcasting Company, lanzada por Sarnoff como un "servicio público". La segunda, la CBS, Columbia Broadcasting System, fue creada en 1927 por el hombre que se volvería el principal rival de Sarnoff: William Paley (1901-90).

En todos los países interesados en el desarrollo de la radiodifusión, la actividad fue dejada para las nuevas instituciones creadas, locales, regionales o nacionales, que crecieron rápidamente en la década de 1920. Empleaban la misma tecnología de radio, pero tenían estructuras diferentes. Algunas eran comerciales; otras, controladas por el gobierno; otras, aún, como la BBC, moldeada por John Reith (1889-1971), no eran comerciales ni controladas por el gobierno.

> "Hubo un punto simbólico en el tiempo, después que la radiodifusión se estableciera, cuando la historia inicial de la radiotelegrafía llegó al fin, un punto de silencio. Marconi murió el 20 de julio de 1937 y al día siguiente casi todas las estaciones transmisoras del mundo, incluso las estaciones de radiodifusión por las cuales él nunca se interesara mucho, permanecieron en silencio durante uno o dos minutos. Fue un momento único en la historia, a ser comparado, quizá, a

días existentes solamente en la imaginación, cuando los periódicos no tuviesen noticias para divulgar" (2004: 169).

La primera estación de radio creada en el mundo fue el 20 de noviembre de 1920 (Lopes, 1970: 19-20), en Pittsburgh, con equipo Westinhouse y con el indicativo RDKA. La irradiación inaugural ocurrió en el día de la elección de Hording a la presidencia de Estados Unidos, produciendo un programa radio periodístico de gran envergadura: la transmisión de los resultados de las elecciones presidenciales de Estados Unidos. La estación EDKA se inauguró, por lo tanto, produciendo amplia y segura cobertura periodística, sirviendo de modelo a las que se siguieron inmediatamente.

La disputa técnica, especialmente durante la Primera Guerra Mundial, permite que la radio se desarrolle de forma acelerada y en menos de veinticinco años de la primera transmisión, la radio ya empieza a hacer parte del cotidiano internacional.

El reconocimiento de la fuerza de persuasión a través de la radio y de sus posibilidades de uso político determina la concentración del monopolio de la comunicación social, en el mundo entero, en poder del Estado, explorando él mismo los servicios de radiodifusión, como en el modelo europeo, o repasándolos a través de concesión para la iniciativa privada, conforme la calidad americana. Brasil adoptó este último modelo, reforzando, sin embargo, la explotación comercial de la radiodifusión.

En todo el mundo, las legislaciones que reglamentan la radiodifusión pasan a ser organizadas conforme las características de las sociedades, llevando siempre en cuenta la cuestión de la seguridad nacional, con un control militarizado sobre los medios de comunicación electrónicos, pudiéndose afirmar que cuanto más totalitario un régimen más autoritarias serán las leyes que rigen la comunicación social.

Según Nunes (1995: 132), "se creaba así la figura de la "voz oficial", separando el emisor del receptor, esto es, solo pueden ser emisores de la comunicación social aquéllos que atienden la condición de autorizados y que son reconocidos legalmente". Esa característica de control va a determinar que

la radiodifusión pase a portarse apenas como canal de distribución de información, en una difusión para las masas, revirtiendo la función principal de la comunicación, que es la existencia de una relación dinámica entre emisor y receptor.

En los días actuales, las innovaciones tecnológicas en el sistema capitalista se insertan en una lógica económica de la supervivencia, en una sociedad cada vez más competitiva. En opinión de Abreu (2001: 130) "más que instrumento de uso, la tecnología de última generación se vuelve un capital de la empresa, que la habilita ante la licitación. La radio no es excepción. Los recursos tecnológicos crecen en proporción geométrica, muy por encima del aumento del número de oyentes". Las alternativas, idealizadas para facilitar la captación y transmisión de informaciones, pueden transformarse en un "cuchillo de dos lados", cuando los profesionales no consiguen distinguir entre la ventaja de estos recursos, que abrevian el tiempo gastado entre la confirmación y la difusión de la noticia, y la función básica del radio periodismo, que es informar bien y con seguridad.

2.2. El nacimiento de la radio en Brasil

La primera referencia sobre la comunicación radiofónica en Brasil es la estación de radio montada por la empresa norteamericana Westinghouse en Río de Janeiro, como parte de las conmemoraciones del Centenario de la Independencia en 1922.

Prácticamente todos los textos que tratan de la radiodifusión en Brasil informan que, a través de ella, fue realizada la primera transmisión oficial de radio en el país, aunque con carácter experimental. Por otro lado, la mayoría de los trabajos dedicados a la radiodifusión brasileña hace referencia al antropólogo y educador Edgard Roquette Pinto y al científico franco-brasileño Henrique Morize, pioneros de la radio en Brasil, por ser los responsables de la

implantación de la *Radio Sociedade* de Río de Janeiro, el 20 de abril de 1923, reconocida como la primera emisora que operó de forma regular en el país.

Sin embargo, investigaciones recientes, entre otras la del periodista Jota Alcides y la del Prof. Luiz Maranhão Filho, apuntan a Augusto Pereira, Oscar Moreira Pinto y João Cardoso Ayres Filho, como los responsables de las primeras transmisiones regulares de radio en Brasil. Los tres pusieron en operación la *Radio Clube* de Pernambuco, a mediados de 1923, algunos meses antes de la *Radio Sociedade* de Río de Janeiro.

Registros de otras transmisiones experimentales de radio en Pernambuco y Bahia, anteriores a 1922, refuerzan el cuestionamiento sobre el carácter de pioneras de las transmisiones del Centenario de la Independencia, en Río de Janeiro.

En opinión de Santiago (2002: 32), “informaciones como esas, dispersas en capítulos de libros, fragmentadas en pesquisas de difícil acceso y rodeadas de mucho cuestionamiento, despertaron nuestro interés por la trayectoria histórica de la radio brasileña como “mass medía””.

Entendemos que la construcción de este apartado es importante para la investigación, no sólo por permitir la comprensión de la historia de la radiodifusión en Brasil, sino, principalmente, por la posibilidad de revelar elementos relacionados culturalmente con el movimiento de las radios comunitarias en curso en el país.

Con este propósito, a través de la sistematización de documentos, apoyados conceptualmente en diversos autores, intentaremos ordenar los hechos que condujeron a la implantación y el desarrollo de la radio en Brasil. En función de su aplicación en el contexto comunicacional, utilizaremos el término “radio” para referirnos al medio de comunicación. Cuando haya necesidad de hacer referencia al soporte tecnológico, utilizaremos el término “aparato receptor”. La disposición de la expresión en la construcción de la frase no dejará duda sobre qué aspecto estaremos abordando. El mismo procedimiento será adoptado en la aplicación del término “FM”, que utilizaremos como sinónimo de vehículo de comunicación y emisora de radio.

2.2.1. Las primeras experiencias con las ondas sonoras

Según Santiago (2002: 34), es posible afirmar que las primeras experiencias con las ondas sonoras hayan comenzado entre 1893 y 1894, período en el que el cura gaucho Roberto Landell de Moura realizó experiencias de transmisión y recepción de señales, utilizando las ondas hertzianas. Como señala Fornari, es el primer registro en Brasil y en el mundo de transmisiones de señales con éxito en el campo de la radiocomunicación, aún en el siglo XIX:

> "Esas experiencias, algunas de las cuales llevadas a efecto con la finalidad de interesar a las autoridades y conseguir financiadores para el perfeccionamiento y exploración industrial de su invento, tuvieron lugar, como ya fue dicho, en la capital paulista, del alto de la Avenida Paulista al Alto de Sant'Ana, en una distancia aproximada de ocho kilómetros, en línea recta - más de un año antes, por tanto, de la primera y elemental experiencia realizada por intermedio de las ondas hertzianas por Guilherme Marconi, en Pontéquio, cerca de Bolonia, en la primavera de 1895, y cerca de seis años antes de su primer radiograma" (1984: 43).

En 1912, fue Bahia quien experimentó la radiofonía. La Estación Radiotelegráfica de Amaralina registró la recepción de "recados y hasta música, transmitidos por la radio del navío alemán *Von Den Tann*, anclado en Salvador" (Tinhorão, 1981: 33).

De acuerdo con José Ramos Tinhorão (1981: 34), las primeras experiencias sistematizadas de recepción de radio, aún en la fase de la radiotelegrafía, fueron realizadas en Recife, el día 6 de abril de 1919, fecha de la fundación de Radio Clube de Pernambuco. Sin embargo, para el periodista Jota Alcides (1997: 23), la radio Clube de Pernambuco pretendía, sobre todo, "desarrollar la TSF, denominación para radio en la época, y explorar las ondas hertzianas".

El estatuto de la *Radio Clube*, aprobado el 17 de abril de 1919, prevé el "montaje de una estación experimental de primer orden, donde puedan ser estudiados y perfeccionados los medios de transmisión sin hilos de pensamiento humano, ya por señales convencionales, como los actualmente en uso por la telegrafía, ya por la telefonía" (Alcides, 1997: 47).

En poco tiempo, intelectuales, técnicos y curiosos pasaron a interesarse por los progresos logrados en los experimentos con las ondas electromagnéticas y celebraron reuniones en los principales centros urbanos para discutir y estudiar los avances de la radioelectricidad, la radiotelegrafía y la radiofonía. Esa fascinación por las nuevas tecnologías no sucede casualmente. De acuerdo con el pensador canadiense Marshall McLuhan (1995: 283), los dispositivos comunicativos constituyen prolongaciones de los órganos de los sentidos; fueron diseñados para simular el funcionamiento de un órgano sensorial. Así, cuando "aparece un nuevo medio, surge una extensión humana", explica McLuhan, observando que "los hombres luego experimentan una gran fascinación por cualquier extensión de sí mismos".

Las asociaciones vinculadas con la radiofonía se multiplicaron rápidamente por todo el país al inicio de la década de veinte, y dieron origen a sociedades y a clubes, denominados "Radio Sociedad" o "Radio Club" que, a su vez, "se constituyeron en precursoras de la implantación de la radiodifusión " en Brasil (Federico, 1982: 33).

2.2.2. Las primeras transmisiones

El interés de los brasileños por las innovaciones proporcionadas por la tecnología electrónica aumentó con la Exposición Internacional del Centenario de la Independencia de Brasil, realizada en Río de Janeiro, que presentó como gran atracción una estación transmisora de radio. Con potencia de 500 vatios y torre en el alto de lo morro del Corcovado, la estación fue montada por la Westinghouse Electric Company y Compañía Telefónica Brasileña en el

Pabellón de Estados Unidos. En *"Aspectos da Teleradiodifusão Brasileira",* André Casquel Madrid revela detalles de la primera transmisión de la Radio Corcovado, considerada la primera emisora de radio a operar en Brasil, aunque en carácter experimental:

> "Se destinaba a la irradiación de conferencias y músicas de alto valor educativo, durante las conmemoraciones de la Independencia Brasileña. Ochenta aparatos receptores, especialmente importados de Estados Unidos de América, fueron distribuidos a altas personalidades e instalados en las principales calles de Río de Janeiro, São Paulo, Petrópolis y Niterói, bien como en el recinto de la exposición. Discursos oficiales y óperas cantadas en los Teatros Municipal y Lírico de la antigua Capital Federal, constaron del programa de inauguración del nuevo medio de comunicación social, ocurrida a 7 de septiembre de 1922" (1972: 32).

La emisora fue abierta con el discurso de Epitácio Pessoa, entonces Presidente de la República. Terminada las festividades del Centenario de la Independencia, la emisora fue desmontada y enviada de vuelta a Estados Unidos.

Mientras en Río de Janeiro repercutía la emisora experimental de radio, en Recife la Radio Clube de Pernambuco concretaba uno de sus objetivos: montar una emisora de radio. Una iniciativa que se posibilitó, como relata el periodista Jota Alcides, con la adquisición de "un pequeño transmisor de 10 vatios, de fabricación Westinghouse".

> "Con ese equipo instalado en Recife, en febrero de 1923, fue posible ser oído el sonido de la emisora pionera en el centro y en algunas afueras de la capital pernambucana (del Estado de Pernambuco). Un acontecimiento que dejó todo el mundo orgulloso y entusiasmado" (1997: 53).

La Radio Club de Pernambuco utilizó inicialmente en sus transmisiones el prefijo SQI-C, hasta 1930, siguiendo referencia de la Confederación Sudamericana de Radiodifusión. Desde 1931, ya bajo control del Ministerio de *Viação e Obras Públicas*, pasó para PRA-P, permaneciendo hasta 1936, cuando recibió el prefijo PRA-8.

En Río de Janeiro, un grupo de intelectuales, teniendo a la cabeza el antropólogo Roquete Pinto, también decidió montar una emisora de radio con objetivo de "educar e informar al pueblo brasileño". Cuenta Saint-Clair da Cunha Lopes que:

> "En 1923 la Western Electric CO. mandó venir de Estados Unidos dos emisoras de 500 vatios, por adquisición del Gobierno, para ejecutar servicio telegráfico. Mientras, cediendo a lo que fuera expuesto por un grupo de idealistas radio amadores y atendiendo a los deseos de la Academia Brasileña de Ciencias por inspiración de los profesores Roquette Pinto y Henrique Morize, pioneros de la radiodifusión brasileña, la Administración permitió que una de esas emisoras fuese utilizada en el servicio de broadcasting. Y así, el 20 de abril de 1923 fue inaugurada la primera estación de radiodifusión en nuestro país, la Radio Sociedade de Río de Janeiro, con el objetivo de trabajar por la cultura de los que viven en nuestra tierra y por el progreso de Brasil" (1970: 33).

Es preciso que se registre la controversia entre los autores con relación a la fecha de instalación de la Radio Clube de Pernambuco. Algunos investigadores, como Saint Clair Lopes, afirman que la mencionada emisora fue inaugurada en 1923. Otros, como Gisela Swetlana Ortriwano (1985), citan la fecha de seis de abril de 1919 como de inauguración de aquella radio, que le daría el título de primera emisora instalada en Brasil.

> "El Río de Janeiro es considerado la primera ciudad brasileña a instalar una emisora de radio. Antes de eso, sin embargo, experiencias ya eran hechas por algunos amadores, existiendo documentos que prueban que la radio, en Brasil, nació en Recife, en el día 6 de abril de 1919, cuando, con un transmisor importado de Francia, fue inaugurada la Radio Club de Pernambuco por Oscar Moreira Pinto, que después se asoció a Augusto Pereira y João Cardoso Ayres" (1985: 13).

Oficialmente, la radio de Río de Janeiro es inaugurada el 7 de septiembre de 1922, como parte de las conmemoraciones del Centenario de la Independencia, cuando, a través de 80 receptores especialmente importados para la ocasión, algunos componentes de la sociedad carioca pudieron oír en casa el discurso del Presidente Epitácio Pessoa. La Westinghouse había instalado una emisora, cuyo transmisor, de 500 watts, estaba localizado en el alto del Corcovado. Durante algunos días, después de la inauguración, fueron

transmitidas óperas directamente del Teatro Municipal de Río de Janeiro. La demostración pública causó impacto, pero las transmisiones fueron luego terminadas por falta de un proyecto que les diese continuidad.

Continúa la autora diciendo que en ésa primera fase, la radio se mantenía con mensualidades pagadas por los que poseían aparatos receptores, por donaciones eventuales de entidades privadas o públicas y, muy raramente, con la inserción de anuncios pagos que, en rigor, eran prohibidos por la legislación de la época. Y también eran hechos llamados para que los interesados adhiriesen a la emisora como socios, ayudando a mantenerla. Pero, como dice Renato Murce, "la constancia no es una virtud muy brasileña: después de algunos meses, nadie más pagaba. Y la radio luchaba con dificultades, sin estructura económico-financiera que pudiese favorecer su desarrollo".

André Casquel Madrid (1972: 53) destaca que durante el decenio de 20 "la cultura popular no tenía acceso a la radio, que no se caracterizaba como entretenimiento de masa", siendo "vehículo de formas de diversión individualista, familiar o particular, muy poco extensivas". Y ese cuadro se evidencia "por el pequeño número de emisoras instaladas, el poco interés de la propia sociedad global, en relación a la radio".

En la década de 1930, la radio sufrió gran transformación. Surgió el primer diploma legal sobre la radiodifusión: el Decreto N. 21.111, de 1º de marzo de 1932, que reglamentó el Decreto N. 20.047, de marzo de 1931. El gobierno mostró, en ese período, por medio del mencionado Decreto N. 21.111/32, preocupación con el nuevo vehículo de comunicación, definiendo en su art.11 la radio como "servicio de interés nacional y de finalidad educativa" (Ortriwano, 1985: 15).

Afirma Gaspar Vianna (1990: 119-120) que, en verdad, el Decreto N. 21.111/32 fue la primera consolidación de las leyes de telecomunicaciones del País. Disponía, en su art. 3º, sobre la naturaleza de los servicios de radiocomunicaciones, definiéndolos, uno a uno. Ese diploma legal fue instrumento de la mayor importancia para el sector, que buscó fijar determinada

filosofía para cada uno de los servicios de telecomunicaciones. Atravesó, así, treinta años como la ley máxima para las telecomunicaciones en el País, teniendo innúmeros de sus dispositivos copiados literalmente por el Código Brasileño de Telecomunicaciones – Ley N. 4.117/62. tales hechos evidencian la importancia del Decreto Ley N. 21.111/32 para el histórico del Derecho de Telecomunicaciones.

Ya las primeras emisoras de frecuencia modulada – FM – surgieron en la década de 1940, suministrando “música ambiente” para subscriptores interesados en tener un sonido apropiado al tipo de ambiente, desde melodías suaves para hospitales y residencias hasta música alegre y estimulante para industrias y oficinas.

El día nacional de la Radiodifusión brasileña es conmemorado el 25 de septiembre. La elección de la fecha es un homenaje a Edgar Roquette Pinto, nacido en ese día, en el año de 1884. El 20 de abril de 1923, Roquette Pinto inauguró la primera estación de radio de Brasil, la Radio Sociedad de Río de Janeiro.

El entusiasmo y la pasión por la radio están claras en las palabras de su pionero, Roquette Pinto, en la época de la inauguración de la primera emisora de radio brasileña:

> “Todos los hogares diseminados por el inmenso territorio de Brasil recibirán libremente el confort moral de la ciencia y del arte; la paz será realidad entre las naciones. Todo eso hay que considerar milagro de las ondas misteriosas que transportan en el espacio, silenciosamente, las armonías”.

Y continuó:

> “La radio representa el papel preponderante de guía director, gran fecundador de almas, porque esparce la cultura, las informaciones, la enseñanza práctica elemental, el civismo, abre el campo al progreso disponiendo los *tabaréus*, despertando en cada cual el deseo de aprender” (Lopes, 1970: 34).

A través de un trabajo que contó con la participación de Elba Dias, Antônio Labre, Juvenil Pereira y Oscar de Sousa Pinto, entre otros, la Radio Sociedade, inicialmente, fue instalada en la Academia Brasileña de Ciencias y

empezó a operar con el prefijo PRAA, recibiendo posteriormente de los Correos y Telégrafos el prefijo PRA-2.

Para varios autores, entre quiénes Saint-Clair Lopes, José Ramos Tinhorão y Reynaldo Tavares, la Radio Sociedade de Rio de Janeiro es la primera estación de radio brasileña a transmitir con regularidad. Consideran aun a Roquette Pinto y Henrique Morize los "pioneros de la radiodifusión brasileña". En cuanto al posicionamiento de la Radio Clube de Pernambuco en el contexto histórico de la radiodifusión brasileña Saint-Clair Lopes (1970: 35) explica que "es necesario aclarar que esa sociedad ya existía desde 6 de abril de 1919, con el objetivo de incentivar la radiotelegrafía, habiendo sido organizada el 17 de octubre de 1923, cuando inició experiencias de radiodifusión con un transmisor de 10 vatios".

Siguiendo esa misma concepción, José Ramos Tinhorão (1981: 35) revela que "el grupo pernambucano, liderado por Augusto Pereira y financiado por el industrial João Cardoso Ayres, había comprado en el stand de la Westinghouse el amplificador que les permitiría algunas experiencias aisladas de radiofonía en Recife, desde octubre de 1922". Explica Tinhorão que los pioneros de la Radio Clube de Pernambuco habían conseguido transformar un transmisor radiotelegráfico en transmisor de radio, que pasó a funcionar adaptado a un amplificador de sonido adquirido en Río de Janeiro.

El radiofonista Reynaldo Tavares (1997: 52) también reconoce que pertenece a la Radio Clube de Pernambuco el registro jurídico de "radiotelegrafía más antiguo del país", en la condición de "Club de Recepción de "Radiotelegrafía", transformándose en "Radiofonía" en el tiempo de aparecimiento de la Radio Clube.

Sin embargo, para el periodista Jota Alcides (1997: 53), que trabajó durante varios años en la prensa pernambucana, lo que ocurrió el 17 de octubre de 1923, fue una "reorganización institucional" que tuvo "apenas carácter administrativo, teniendo en vista la consolidación de la iniciativa." Con base en documentos del Archivo Público del Estado de Pernambuco y declaraciones de profesionales y personas que vivieron esa época, Alcides

demuestra que la radio brasileña nació en Recife, con la Radio Clube de Pernambuco, siendo Oscar Moreira Pinto, el creador y emprendedor de la emisora, el pionero de la radiodifusión en el país.

En la comunidad científica especializada en comunicación de masa, Walter Sampaio (1971: 19), Gisela Swetlana Ortriwano (1985: 13) y Luiz Maranhão Filho (1998: 18) se destacan entre los investigadores que reconocen el pionerismo de la Radio Clube. En "São Paulo – la radio de ideas", tesis de doctorado presentada a la Escuela de Comunicación y Artes de la Universidad de São Paulo, Luiz Maranhão demuestra que la "primera experiencia efectiva de radiodifusión ocurrió en Recife".

Prevaleciendo esa nueva realidad, Roquette Pinto, aun así, despuntaría como uno de los pioneros de la radiodifusión en Brasil, específicamente de la radiodifusión educativa. No hay como cuestionar la disposición y determinación de Roquette Pinto en luchar por la implantación de una emisora de radio dedicada a la educación y cultura, logrando éxito con el montaje de la Radio Sociedad de Río de Janeiro.

La Radio Sociedade de Río de Janeiro y la Radio Clube de Pernambuco son responsables por las primeras experiencias con la radiodifusión y la implantación de la radio, como medio de comunicación en Brasil, influyendo el formato y contenido de decenas de emisoras por todo el país.

En este sentido, nos cuenta Santiago (2002: 56), si por un lado la Radio Sociedade optó por una programación erudita, idealizada por sus fundadores, en particular por Roquette Pinto, la Radio Clube de Pernambuco puede ser considerada la primera emisora popular brasileña. A la Radio Clube es atribuida la primacía en la ejecución de ritmos populares brasileños, práctica que solamente más tarde sería incorporada por las demás emisoras.

> "Vale destacar que éstas primeras emisoras operaban a través de la Amplitud Modulada (AM), que se caracteriza por la transmisión de señales, a través de la variación de la largura o amplitud de las ondas, en frecuencias que varían entre 535 y 1.605 Khz. Su transmisión y recepción es monofónica (un solo canal) y sujeta a interferencias de ruidos naturales (trueno, rayo) y artificiales (motor eléctrico, transformadores, etc.). En esta época, dos tipos de receptores se

> destacaron: un industrial, que integraba un mueble, generalmente puesto en la sala de visita, alrededor del cual la familia se reunía por la noche, y otro, la "radio galena", construída artesanalmente, utilizando el cristal de galena y un casco con auriculares, llamado de "auricular". La radio estaba iniciando el proceso evolutivo - de instrumento técnico a medio de comunicación - y acelerando una revolución en la cultura y en el comportamiento social. Ya en éste primer momento es posible percibir la monopolización de medio, con la concentración de las primeras estaciones transmisoras entre grupos de intelectuales y jóvenes integrantes de la elite económica, interesados en la reproducción de su cultura o en explorar nuevas formas de entretenimiento" (2002: 56).

2.2.3. La implantación de las emisoras

Las primeras estaciones de radio empezaron a operar en un ambiente que mezcla curiosidad, determinación y pasión, con sus directores, técnicos y colaboradores empeñados en dominar la nueva tecnología. Un momento que se asemeja a la fase de implantación, experimentada hoy, por decenas de radios comunitarias por todo el país.

Las primeras "estaciones" de radio (como eran denominadas las emisoras) se caracterizaban por ser iniciativas de grupos aficionados de la radio (reunidos en Sociedades o Clubes), vueltos mucho más para la diversión de sus miembros que dirigidos a la población en general. Relata André Casquel Madrid (1972: 56) que durante esta fase de implantación, "la cultura popular no tenía acceso a la radio, que no se caracterizaba como entretenimiento de masa". La radio, afirma él, "era un vehículo de formas de diversión individualista, familiar o particular, muy poco extensivas".

Incorporado a las prácticas de la elite económica e intelectual de la época, más para "diversión" que un medio de comunicación a servicio de la sociedad, la radio empezó a ser implantada en los grandes centros brasileños en la década de 20, como señala Ortriwano:

> "La radio nacía como medio de elite, no de masa, y se dirigía a quien tuviese poder adquisitivo para buscar en el exterior los aparatos receptores, entonces

> muy caros (...) nació como una iniciativa de intelectuales y científicos y sus finalidades eran básicamente culturales y educativas" (1985: 14).

Posicionamiento que encuentra respaldo en las declaraciones del propio Roquette Pinto, al afirmar que la "programación tampoco era del cuño exactamente popular, pero a nadie le importaba: los aparatos eran caros en aquellos primeros tiempos, pocos pudieron poseerlos y esos pocos gustaban de lo que la radio ponía en el aire. Lo que les desagradaba, y mucho, era el sonido terrible de las transmisiones".[12] Renato Murce, uno de los principales colaboradores de la Radio Sociedad de Río de Janeiro, confirma esta inclinación, afirmando que

> "En el comienzo, pretendían imponer la radio apenas como vehículo de un tipo de cultura, con una programación casi exclusivamente de música llamada erudita (de la cual casi nadie gustaba), conferencias masivas, exposiciones desprovistas de cualquier interés, en fin, una radio sofisticada (...). Nada de publicidad, nada de música popular (del samba, entonces, ni era bueno hablar), nada de aquello que, de algún modo, desvirtuase o alcanzase las buenas intenciones del programa planteado en la famosa divisa" (1976: 19).

En esa fase de implantación, las estaciones de radio no tenían carácter comercial, inclusive porque los anuncios no eran permitidos oficialmente. Eran mantenidas a través de las mensualidades pagada por los socios, donaciones de entidades privadas o públicas y del dinero recaudado con exposiciones y encuentros sociales. Los directores y empleados no pagaban mensualidades, una vez que ejercían actividades diversas en la radio, sin remuneración, sea prestando discos, escribiendo textos, recitando, cantando y divulgando la programación.

Inmersa en ese contexto, además de la Radio Sociedad de Río de Janeiro (PRA-2) y de la Radio Club de Pernambuco (PRA-8), surgió, el 30 de noviembre de 1923, la primera emisora de São Paulo, Radio Educadora Paulista (PRA-E). Fue montada por el ingeniero Luiz Ferraz de Mezquita, con auxilio del ingeniero electrónico Leonardo Yancey (que cedió la casa para la instalación del transmisor y de la antena) y recibió posteriormente la adhesión

[12] Revista da ABERT, Brasília: ABERT, n. 76, p. 29, Set. 1992.

de Luiz de Amaral César, un comerciante importador de equipos, que dotó la emisora de un transmisor de 10 vatios. Así decía Tavares:

> "Contando con el apoyo y el entusiasmo de un grupo de profesores universitarios y del político Frederico Vergueiro Steidel, instalaron la emisora provisionalmente en las dependencias del Palacio de las Industrias, en construcción en el Parque D. Pedro II. Algún tiempo después, ya con su prefijo definitivo, la Sociedad Radio Educadora Paulista, PRA-6, bajo el liderazgo de Bento Bueno, Joaquim Octavio de Lima y Castro, del Conde Sylvio Peinado, del Conde Matarazzo y de la RCA-Victor americana, se transfirió para su nueva sede, en la calle Carlos Sampaio n° 5, en el barrio de Paraíso. La Sociedad Radio Educadora Paulista, después de prestar relevantes servicios a la radiodifusión brasileña, fue comprada por la Radio Gaceta de São Paulo, permaneciendo hasta los días de hoy, como parte del patrimonio de la Fundación Cásper Libero" (1997: 53).

En Salvador, el ingeniero Oscar Carrascosa, con la colaboración de Agenor Miranda, Caio Moura, Gustavo Lopes entre otros, fundó el 23 de marzo de 1924, la Radio Sociedad de Bahia (PRA-4). En esa relación de emisoras pioneras de la radiodifusión brasileña se incluye aun la Radio Clube de São Paulo (PRA-5), fundada el 17 de junio de 1924 y la Radio Clube de Brasil (PRA-3), creada en Río de Janeiro el día 25 de noviembre de 1924. (Santiago, 2002)

Santiago (2002: 58) aun afirma que el día 23 de diciembre de 1924, José Da Silva Bueno y José Cláudio Louzada colocaron en operación en la ciudad de Ribeirão Preto (interior del Estado de São Paulo) la PRA-I, la primera estación de radio del interior de Brasil, que posteriormente recibió el prefijo de PRA-7, hoy Radio Club. En Franca, José Da Silva Bueno montó con los profesores Pascoal Salgado y José Pires Monteiro, la Radio Club Hertz, el 8 de noviembre de 1925.

Octávio Vampré (Sardinha, 2004: 54) afirma que los mineros tuvieron su primera emisora en 1924, la Radio Clube de Belo Horizonte, cuyo prefijo internacional era SQIH.

El hecho de que la radiodifusión creciese "en ritmo acelerado", observa Saint-Clair Lopes (1970: 39), llevó al gobierno brasileño a "exigir la licencia para la instalación de emisoras y para la utilización de aparatos receptores por

el público". Las emisoras de radio pasaron a ser licenciadas con base en el Decreto N.° 16.657, de 5 de noviembre de 1924, el Reglamento para Servicios de Radiotelegrafía y Radiotelefonía. Fueron las primeras medidas adoptadas por el Estado para asegurar el control sobre la radiodifusión, atribuyendo al Departamento de los Correos y Telégrafos la responsabilidad por su implementación y cumplimiento.

A los radiodifusores que no lograron la licencia para transmitir, quedaba la alternativa de operar en la ilegalidad. Fue establecida, de esa forma, una segregación entre las radioemisoras: de un lado, las licenciadas por las autoridades, y del otro, las denominadas "estaciones clandestinas". Todo indica ser ésa, la primera manifestación contraria a los criterios adoptados por el Estado, para la reglamentación de la radiodifusión en Brasil.

Entre los radiodifusores autorizados a operar en el mercado la preocupación oscilaba entre asumir una programación cultural erudita, característica de las "sociedades", mantenidas por las elites económica e intelectual o seguir la inclinación popular de los "clubes", organizados desde la clase media urbana.

Una vez establecida la contraposición entre lo erudito y lo popular, acabó prevaleciendo la opción por la masificación, con la sistematización de una programación variada, destinada a atender al máximo las expectativas de los oyentes. Explica Edgar Morin (1975: 37) que la variedad de un "programa de radio, persigue satisfacer todos los intereses y gustos, con el objetivo de lograr el máximo consumo".

Este replanteamiento de la radio brasileña, en la concepción de José Ramos Tinhorão (1981: 44), "se pone evidente cuando en 1927 surge en Río de Janeiro a PRAK (después PRA-9)", la Radio Mayrink Veiga y se consolida en 1931, cuando entra en el aire a Radio Philips (PRAX), con una propuesta popular y comercial, programas más cortos, con mayor participación de artistas populares brasileños y abertura de los micrófonos para el pueblo.

> "Ese nuevo tipo de programación producida para la conquista de la audiencia de los llamados radioescuchas, estaba destinado a alterar no apenas el tipo de

relación con ése mismo público (el tratamiento de "ustedes" sería luego alterado para "amigo oyente", llegando en Río de Janeiro el locutor Cristovão de Alencar a profundizar la intimidad al dirigirse a sus oyentes con la expresión "viejo amigo"), pero implicaría aún la adopción de una serie de modificaciones en la propia estructura de las emisoras siempre procurando una aproximación mayor con los oyentes" (Tinhorão, 1981: 44).

En 1931, el gobierno considera concluída la fase de implantación de la radio en Brasil, reglamentando su actividad a través del Decreto N.° 20.047 de mayo de 1931. La radio adquiere características de medio de comunicación de masa, intensificando la reformulación de su programación, con el objetivo de agradar al mayor número posible de oyentes y, consecuentemente, ampliar su presencia en el mercado. Las emisoras adoptan programas con horas y formatos definidos e inician la busca de un lenguaje propio. Sumándose a eso, los radiodifusores adoptan estrategias comerciales agresivas, con el objetivo de lograr los recursos financieros necesarios para mantenimiento y actualización tecnológica de sus emisoras y aun asegurar una ganancia. Al final de esa fase, la radio se presenta como un medio de comunicación vertical, mantenido y dirigido, en su mayoría, por grupos económicos urbanos.

Según nos cuenta Del Bianco (1996: 15), la radio solo inició la producción de programas compatibles con la racionalidad del sistema capitalista de producción en masa diez años después de la implantación de la primera emisora en el país en 1923. "Inicialmente, fue organizado básicamente en términos no comerciales. Las primeras emisoras eran mantenidas por sociedades o clubes; el oyente tenía que pagar al Estado una contribución por el uso de las ondas".

Sin embargo, el idealista perdió espacio para otro tipo de radiodifusor, el empresario que surgiría con los avances de la legislación y de la introducción de las nuevas tecnologías que dominarían la década de 30.

Pero la ausencia de legislación reglamentando la inserción de anuncio comercial en la radio no fue suficiente para detener el avance de los "corredores", personas que recorrían el comercio y las industrias procurando "patrocinadores" para los programas. La marca y característica del producto

eran citadas en la apertura y en el transcurso del programa en directo. Algunas emisoras comercializaban normalmente sus espacios, rellenando la programación con los llamados “reclames”. Un ejemplo es la Radio Record, de São Paulo, que al inicio de 1931 colocó en el aire su primer anunciante, la Casa Radio Vox (Federico, 1982: 53).

La autorización para que la radio brasileña incluyese en su programación anuncios comerciales ocurrió en 1932, a través de un decreto, firmado por el Presidente Getúlio Vargas, así como explica Federico:

> “La publicidad fue permitida por medio del Decreto N.° 21.111, de 1.° de marzo de 1932, que reglamentó el Decreto N.° 20.047, de mayo de 1931, primer diploma legal sobre la radiodifusión, surgido nueve años después de la implantación de la radio en el país” (1982: 53).

Con el advenimiento de la publicidad, las emisoras trataron de organizarse como empresas para disputar el mercado. Según Ortriwano (1985: 67) “la competición tuvo, originalmente, tres facetas: desarrollo técnico, status de la emisora y su popularidad. La preocupación “educativa” fue siendo dejada de lado y, en su lugar, empezaron a imponerse los intereses mercantiles”. Y la radio brasileña va encontrando su camino definiendo su línea de actuación y asumiendo un papel cada vez más importante en la vida política y económica del país. Getúlio Vargas fue el primer gobernante brasileño a ver en la radio gran importancia política. Y pasa a utilizarla dentro de un modelo autoritario.

Después de la Revolución de 30, había sido creado el Departamento Oficial de Propaganda – DOP, encargado de una sección de radio que antecedió la “Hora de Brasil”. En 1934, el DOP fue transformado en Departamento de Propaganda y Difusión Cultural, surgiendo entonces “La voz de Brasil”.

> “En ese ambiente, surge un marco muy importante: es inaugurada la emisora que acabaría por volverse la mayor leyenda de la radio brasileña. A las 21 horas del día 12 de septiembre de 1936, un gong sonó tres veces y, a continuación, la voz de Celso Guimarães anunciaba: “Alô Alô Brasil!! Está en el aire a Radio Nacional de Río de Janeiro”” (1985: 67).

Para André Casquel Madrid (1972: 52), el inicio de sus actividades representó el "hecho que sería el marco de la más seria transformación ocurrida en la radiodifusión brasileña hasta el advenimiento de la televisión".

El decenio de 30 fue importante para que la radio definiese sus caminos y encontrase su rumbo en la fase siguiente, acompañando y auxiliando el desarrollo nacional como un todo.

2.2.4. Empresa radiofónica y mercado publicitario

Para Nunes (1995: 92), la década de 30 es marcada por una nueva fase, cuando es introducido el receptor a válvula, rebajando los costos de producción y aumentando el consumo de aparatos. El lado comercial es incentivado y el gobierno permite que 10% de la programación se destine a inserciones publicitarias, bien como instituye la obligatoriedad de la transmisión simultánea en todas las radios de un programa nacional, producido por el Servicio de Publicidad de la Prensa. Posteriormente los índices de publicidad son alterados para 20% y 25%, este último perdurando hasta los días actuales. La liberación de la publicidad hace que la radio sea tratada como una empresa y se inicia la competencia de mercado.

Y así preparada, la radio entra en los años 40, la llamada "época de oro de la radio brasileña". Cada vez más las emisoras empiezan a sentir la competición existente entre ellas. "Como la única manera de atraer el anuncio es garantirles mayor penetración, se inicia una guerra por la conquista de públicos siempre mayores. En el ansia de ganar oyentes, incluso los numerosos analfabetos, la programación de ciertas emisoras se va popularizando, a ejemplo de la Radio Nacional. Buena parte de esas programaciones entonces, más que a lo popular, bajan a lo popularesco y al bajo nivel". (Costella, 1978: 183). Quizás aquí esté retratada la primera evidencia de la "radio-fórmula" brasileña, popularizando la radio cada vez más al gusto del oyente.

Es la guerra por la audiencia, con las emisoras compitiendo entre sí para garantizar la facturación. Cada una de ellas busca mostrar mayor popularidad, factor importante para que los anunciantes se decidan por la inversión de su dinero. Y también la competencia entre la radio y los vehículos impresos empieza a ser discutida.

El clima es propicio para que el Ibope – Instituto Brasileño de Opinión Publica y Estadística – inicie sus actividades. Fundado el 13 de mayo de 1942, sus encuestas iniciales eran bastantes simplificadas.

En Agosto de 1941, fue vehiculada la primera edición del Reportero Esso, transmitida por la Radio Nacional de Río de Janeiro. Ese informativo permaneció en el aire hasta 1968, alterando ante todo la calidad del periodismo radial hasta entonces utilizado, caracterizado por la ausencia de un tratamiento de redacción, apenas seleccionando y recortando de los diarios noticias leídas al micrófono por el locutor. Con su slogan de "Testigo ocular de la historia", el Reportero Esso, durante los 27 años en que estuvo en el aire, dio en primera mano las principales noticias de Brasil y del mundo. La voz grave y modulada de Heron Domingues, locutor exclusivo del Reportero Esso durante 18 años, se volvió popular en todo el Brasil. Preparado por la UPI – United Press International - seguía las normas rígidas y funcionales de los noticieros radiofónicos norteamericanos. Poco a poco, varias emisoras brasileñas pasaron también a transmitir el "Reportero Esso", que fue extinguido el día 31 de diciembre de 1968. Puntual, mucha gente solía acertar el reloj al oír su característica entrada en el aire.

Para Nunes (1995: 100), la búsqueda por el lucro opera cambios en la radio, popularizando la programación e incitando a la disputa por la audiencia. Es cuando el medio empieza a profesionalizarse y a dar los primeros pasos en dirección al éxito de los programas de auditorio, con el lanzamiento de artistas que se transforman en verdaderos astros junto al público y "concretando la expansión de una cultura popular de masa que encuentra en el medio radiofónico un ambiente propicio para desarrollarse".

> "A nivel mundial, la radio va transformándose en un poderoso instrumento de mistificación de las masas, a través de la propaganda política, prácticamente

descubierto como tal y utilizado hasta un extremo aún no superado, a lo que se sepa, por el ministro de Información y Propaganda del III Reich, Paul Joseph Goebels, que, desde 1933, promocionó las ideas de Hitler” (1995: 100).

En Brasil, el interés del Estado brasileño por la radio como vehículo pedagógico y de propaganda institucional topa en la imposibilidad material de exploración de medio. Eso no impide que Getúlio Vargas, entonces Presidente de Brasil, utilice la radio para divulgar las ideas laborales, componiendo fuerzas con la iniciativa privada. En 1934, instituye la obligatoriedad de retransmisión en cadena de radio de la Voz de Brasil, con la producción bajo encargo del Departamento de Propaganda y Difusión Cultural.

Sin duda alguna, dos factores transformaron la situación de la radio en Brasil desde la década de 30. El primero de ellos fue la introducción de la radio de válvulas, sustituyendo la de galena. La novedad contribuyó para rebajar los costos de producción del aparato, posibilitando su popularización y alcance a un público oyente más amplio. Lo segundo, como dijimos, fue el cambio de la legislación, que favoreció la inserción de la publicidad en la radio. La reglamentación de la publicidad posibilitó a las emisoras la captación de recursos para el mantenimiento e iniciar el proyecto de reestructuración rumbo a la profesionalización, impulsándolas a una nueva fase, la de *mass medía*. La introducción de la publicidad provocó cambios en el modo de producción de la programación. Las emisoras pudieron estructurarla en bases más sólidas. La radio cultural-educativa cedió lugar a los programas populares vueltos al ocio y a la diversión. Música popular, horarios humorísticos, novelas, programas de auditorio y concursos *del Rey y de la Reina de la Radio* eran algunos de los productos ofrecidos al público en una programación punteada por los "reclames". Para mantener ese padrón de calidad y la competitividad en el mercado, las emisoras trataron de organizarse como empresas (Ortriwano, 1985: 86).

La publicidad en la radio, que empezó improvisada, con los locutores aprovechando los textos de los medios de comunicación impresos, sin adaptarlos al medio, pasó a ser elaborada por redactores y productores. Según Antonio Costella (1978: 181), ocurre “un radical cambio en la forma y en el

contenido de los programas, buscándose un lenguaje ecléctico, de mayor llamado a las emociones, intimista, libre, comunicativa", marcando el inicio de la "profesionalización en el área de la creatividad de la radio".

Nos cuenta Del Bianco (1996: 53) que la profesionalización pasó a ser la marca registrada de esa fase. Si en la década de 20 no había un cuadro de empleados fijo y remunerado, ahora era necesario crear un *cast* profesional. Contratar los mejores cantores, redactores, actores, músicos y animadores, disputarlos con las competidoras ofreciéndoles mejores salarios y fama. La improvisación que marcaba los programas sería sustituida por la organización profesional. Los programas empezaron a ser preparados con antecedencia y había horas fijas para su difusión y distribución en la programación.

Con el compromiso de asegurar un retorno a los clientes, que invirtieron en anuncios publicitarios y, consecuentemente, ampliar el volumen de contratos, los radiodifusores pasaron a tratar sus emisoras como empresas, dirigiendo sus programaciones al género popular. La radio renuncia al contenido intelectual y reafirma su opción por la producción de cultura de masa, o sea, por un contenido cultural que fuese de encuentro al receptor, que viniese a ser reconocido y consumido. Prevalecen los programas de identificación y consumo inmediato, que "son ofrecidos al consumo como mercancías, esto es, como productos cuyo valor de cambio predominan sobre el valor de uso" (José, 1996). En ese sentido, afirma Edgar Morin (1975: 48), que la cultura de masa es el "producto de un diálogo entre una producción y un consumo." La radio pasa a actuar como instrumento en la formación de un mercado interno, incentivando a la población a consumir productos brasileños. Así dijo Costella:

> "Inmadura para las exportaciones, la industria crecía en la medida en que sus productos iban logrando colocación en el mercado interno, merced al aumento de la población y del incremento de los puntos de venta aptos a alcanzarla. En otras palabras, la radiodifusión crecería conjuntamente con el comercio" (1978: 180).

El advenimiento de la radio comercial es registrado por Renato Ortiz (1988: 47) como un factor fundamental para la introducción de la industria cultural en Brasil, aun cuando, a principio, haya sido incipiente. Según el autor, la radio era, sin duda, el vehículo más popular en las décadas de 40 y 50. Pero

había problemas de expansión, debido al subdesarrollo de la sociedad brasileña. La comunicación por radio era bastante débil en gran parte del territorio y una parte significativa de la población no era alcanzada por el vehículo. Brasil poseía apenas dos millones 500 mil aparatos en 1952. Varios factores contribuían para esa situación, entre ellos el alcance limitado de las ondas radiofónicas y el precio elevado del aparato para la población de baja renta. Ortiz muestra que en la década de 60 ése cuadro poco se alteró: había 6,6 aparatos para cada 100 habitantes, lo que colocaba Brasil en 13 º lugar entre los países de América Latina.

Los datos hasta aquí apuntados, nos informa Del Bianco (1996: 79) contienen pistas que pueden aportar para la caracterización de la mentalidad gerencial que marcó el desarrollo de la radio bajo el punto de vista de la racionalización de la producción. Y en este sentido, el estudio de Renato Ortiz trae una gran contribución cuando analiza la actuación de los empresarios de la industria cultural con base en el trabajo de Fernando Henrique Cardoso (1972: 43) sobre el empresario industrial en una sociedad subdesarrollada. Fernando Henrique sugiere dos conceptos interesantes para comprender el empresariado: el capitán de industria y el *manager.* El capitán de industria es el empresario que saca "dinero de piedra", es empírico, movido más por la usura que por la exploración metódica y racional de la fuerza de trabajo, por eso sus procedimientos son típicamente de aventureros. El empresario *manager* es aquel preocupado con la reorganización técnica y administrativa de la iniciativa y con el aumento de su eficacia. Es el hombre de empresa. Al analizar el desarrollo de la industria cultural, Renato Ortiz (1988: 53-58.) observa que el tipo de empresario dominante en las décadas de 40 y 50 fue el "capitán de industria". Exploraba las oportunidades de negocio de forma empírica, como, por ejemplo, contratando profesionales (cantores, actores, productores, entre otros) desconocidos, confiados apenas en la intuición que les sugería que los escogidos tenían talento suficiente para transformarse en máquinas de éxito.

Explica Sérgio Caparelli (1986: 83), que a través de la radio, "de un lado, hicieron que las masas urbanas conociesen nuevos productos y, del otro, ensancharon su consumo". Así, cuando el Estado pasa a establecer un nuevo ciclo económico, la radio se constituye al "mismo tiempo en producto y en

instrumento de expansión y consolidación del proceso civilizatorio urbano industrial en el país", concluye João Baptista Borges Pereira (Costella, 1978: 180). Para cumplir ese nuevo papel, la radio experimentó una reestructuración administrativa, invirtió en la estructura física, en equipos, profesionales e imagen.

El comercio y, posteriormente, la industria, respondieron positivamente al nuevo medio de comunicación, estableciendo con la radio una parcería en la divulgación y venta de sus productos. El mensaje comercial transmitido por la radio alcanzaba la ciudad, la región, el estado y, en muchos casos, una parte del país.

> "Desde la década de 30, la radio se transformó en el centro de gravedad del sistema de medios de comunicación. El número de oyentes aumentó sin parar, y él asumió un papel central en el imaginario colectivo y en la información de masa" (Sartori, 1987: 237).

Además de la venta directa de sus espacios, la radio incorporó nuevas estrategias comerciales, con el objetivo de consolidarse como vehículo publicitario. La primera, ocurrió en 1932, cuando Ademar Casé, productor y presentador del "Programa Casé" por la Radio Philips, compró una hora en la emisora y, a través de un proceso conocido como "corretaje", lo revendió a varios anunciantes; con eso cubrió el costo de la hora y obtuvo ganancias. Después, surgió la producción del "mensaje comercial cantado", el *jingle*. Atendiendo a una solicitación de Ademar Casé, en 1932, el compositor y humorista Antônio Nássara compuso para la Panadería Bragança, "un cliente del programa, el primer *jingle* de la publicidad brasileña" (Case, 1995: 49).

Ese reposicionamiento de la radio brasileña, priorizando el aspecto comercial, es factor fundamental para la difusión de la industria cultural en Brasil, resalta Renato Ortiz (1988: 47), a pesar de presentar problemas como una cobertura limitada del territorio nacional y el bajo número de receptores.

Incorporando elementos de la cultura de masa[13], la radio brasileña asume el papel de principal instrumento de la industria cultural, promocionando la “integración deliberada, desde el alto, de sus consumidores” (Adorno, 1987: 287).

Más que cualquier otro medio de comunicación, la radio supo procesar esas estrategias, reestructurándose en un corto espacio de tiempo, en función de la audiencia y de las ganancias. Aparentemente, la radio se rinde al oyente, sin embargo, encuanto producto, la radio se vende a los anunciantes y agencias de publicidad. La emisora tiene que comprobar que es oída por un determinado público, presentar el índice y el perfil de la audiencia. Insertado en esa estructura, el oyente es un elemento que permite a la emisora presentarse eficiente encuanto medio de comunicación. La radio, revestida por la cultura de masa, se transforma en espectáculo. Deja los estudios, para ocupar espacio en las calles, plazas, estadios, en el cotidiano brasileño.

La década de 40 es marcada por la consagración de la radio como medio de comunicación publicitario, volviéndose el principal medio utilizado para el lanzamiento de productos en el mercado brasileño. Ejemplo es el programa “Un Millón de Melodías”, que estrenó en la Radio Nacional de Río de Janeiro el día 6 de enero de 1943, patrocinado por la Coca Cola, utilizado “como punta-de-lanza para el lanzamiento del refresco en Brasil” (Saroldi, 1988: 30).

> “Atracciones de éxito en la radio, consumo garantizado de los productos. Con base en esa premisa, los anunciantes extranjeros alteraron el curso de la programación de la radio comercial brasileña: los programas eran creados desde la relación cada vez más sólida entre emisora y anunciante. Los artistas empiezan a ser contratados, los honorarios pagos a cada presentación se vuelven un recurso ultrapasado y la radio en el país vive su fase de oro - rica e influyente en los hábitos y costumbres de millones de fascinados oyentes”. (Moreira, 1991: 25)

[13] El concepto de cultura de masa, oriundo de la sociedad de masa, fue una expresión directa del sistema de medios de comunicación resultante del control de la nueva tecnología de comunicación electrónica ejercido por gobiernos y oligopolios empresariales. Castells, 1999: 356.

Recibiendo la mayor parte de las inversiones publicitarias y una gran audiencia, entre el final de la Segunda Guerra Mundial y la mitad de los años 50 la radio brasileña vivió su “Era de Oro”. Dominó la vida nacional, se consolidó como el centro de las atenciones y como la mejor opción de información, entretenimiento y ocio. La radio se transformó en el centro de todo, todas las cosas acababan de una forma u otra incentivadas, diseminadas o influídas por la radio. Como preconiza McLuhan (1995: 344), la “radio provoca una aceleración de la información (...) reduce el mundo a una aldea y crea el gusto insaciable de la aldea por los chismes y por los rumores”.

Entre las emisoras, el destaque es la Radio Nacional de Río de Janeiro, montada en 1936 por la empresa periodística *A Noite* e incorporada al Patrimonio de la Unión en 1940, por el Presidente Getúlio Vargas. La Radio Nacional dominó la radiodifusión en el país por más de dos décadas, y fue utilizada por el Gobierno Vargas como “mecanismo de control social”, con el objetivo de “reproducir los sistemas de valores dominantes”, revela Míriam Goldfeder:

> “Nos cumple, por lo tanto, comprender la Radio Nacional en el conjunto de los mecanismos de legitimación ideológica accionados directa o indirectamente por el sistema de dominación política, vale decir, con una práctica cultural, con autonomía y actuación especificas, destinada, sin embargo, en última instancia, a reiterar el cuadro general de los valores dominantes del período” (1981: 40).

El proceso comunicativo es, de esa forma, desfigurado de la concepción dialógica y la radio pasa a asumir una función unilateral y vertical entre el poder y la masa, ocupando el papel de intermediario técnico entre un emisor que habla y un receptor que escucha, y no entre dos emisores / receptores. El mensaje como elemento representativo del diálogo sale de su ámbito crítico, para transformarse en una representación del pensamiento de los grupos que dirigen el país. Así, concluye Sérgio Caparelli (1985: 16), la radio sirvió en Brasil como un “intermediario entre el discurso de los grupos dominantes para los grupos dominados, y una forma de que las clases dominantes justificasen su dominio o desviasen la atención de los problemas más graves, llevando el público para dentro del supermercado de amenidades con paquetes de algodón-dulce”.

Por otro lado, administrando las emisoras dentro del "proceso productivo (producción-circulación-consumo), en busca de la ganancia", los radiodifusores (o "empresarios de la industria cultural", como prefiere Caparelli) dejaron de cumplir la finalidad educativa, obligatoria por la Legislación que reglamentó los Servicios de Radiodifusión[14]. A pesar de la gravedad de esa infracción, no hay registro de una emisora siquiera, que haya sido advertida o penalizada, como previsto en la legislación, afirma Santiago (2002: 143). Fue también en ese momento de grandes transformaciones, recuerda Sônia Virgínia Moreira (1991: 23), que el Gobierno brasileño adoptó el modelo de radiodifusión norteamericana y pasó a "distribuir concesiones de canales a particulares", ayudando a reforzar la "explotación comercial del vehículo" y estableciendo las bases para el monopolio de la radiodifusión.

De ese modo, la radio escoge el camino de la comunicación de masa, pasando por una reestructuración, en función de la audiencia y del lucro. Los concesionarios de la radiodifusión establecen para la radio una programación de calidad, dirigida para el espectáculo y al mantenimiento del proceso de comunicación monológico. Al mismo tiempo en que desconsideran su función educativa y no se envuelven con el desarrollo social, se rinden a los anunciantes y a la industria cultural, consagrando la radio como producto e instrumento de la cultura de masa.

2.2.5. La radio frente a la televisión

Con la llegada de la TV en los años de 1950, la radio tuvo su "muerte anunciada". La TV se apropia de los formatos de los programas y de los artistas de la radio. El público estaba ahora fascinado con la posibilidad de ver a las estrellas que admiraba, además de oírlas. Así, la radio tuvo que plantear un nuevo trayecto.

[14] Decreto n 52.795, de 31 de octubre de 1963. Capitulo II. Art. 3º Los servicios de radiodifusión tiene finalidad educativa y cultural, aun en sus aspectos informativo y recreativo, y son considerados de interés nacional, siendo permitida apenas la explotación comercial de los mismos, en la medida en que no perjudique ese interés y aquella finalidad.

Pero la conquista de la importancia y de la audiencia sólo se dio con la llegada del transistor, en los años 60, haciendo que la radio pudiese ser oída en pequeñas cajas y, por tanto, pudiendo ser llevada para cualquier lugar de la casa. Es en esa época que la radio asume efectivamente el papel de "radio compañera", el "amigo de todas las horas"[15].

O sea, la "época de oro" de la radio termina, coincidentemente, con el surgimiento en Brasil de un nuevo medio: la televisión. Para enfrentar la concurrencia con la televisión, la radio necesitaba buscar un nuevo lenguaje más económico.

> "Pero es en el área de la electrónica que la radio encuentra su más fuerte aliado, que va a permitir que él explore plenamente su potencial: el transistor empieza a revolucionar el mercado. Ese componente electrónico fue presentado al mundo el 23 de diciembre de 1947, por los científicos norteamericanos John Bardeen, Walter Brattain y Willim Shockley, que recibieron el Premio Nóbel de Física de 1956" (Ortriwano, 1985: 22).

De las producciones caras, con multitudes de contratados, la radio parte ahora para una comunicación ágil, noticiosa y de servicios. Aliado a otros avances tecnológicos, el transistor dio a la radio su principal arma de facturación: es posible oír radio a cualquier hora y adondequiera, no necesitando más conectar los enchufes.

Según Ortriwano (1985: 77), en 1952, ya estaban en el mercado norteamericano los primeros receptores transistorizados.

Para Manuel Calvo Hernando (1997: 32), el transistor, la miniaturización y los resultados de la exploración del espacio han fortalecido en la radio la universalidad y la ubicuidad y le han devuelto la competitividad que parecía haberle sido arrebatada por la televisión. Por otra parte, es el único medio compatible con todo tipo de actividad simultánea a la escucha. La prensa, la televisión y el cine exigen una atención excluyente. La radio carece de esta limitación y ello la convierte en compañía permanente, en cualquier lugar y a cualquier hora. Quizá el único gran reto actual de la radio es de expresión, y

[15] Disponible en: http://amora.rits.org.br/cemina/html/subcapII5.html.

ello en dos aspectos: sencillez para poder llegar a todos y exigencia de un mejor uso del idioma.

Pero eso no impidió que la supremacía de la radio en Brasil empezara a ser estremecida con el surgimiento de la televisión. La primera estación, la PRF-3 TV, perteneciente a las Emisoras Asociadas, fue inaugurada el día 18 de septiembre de 1950, en São Paulo. El 20 de enero de 1951, otra emisora de las asociadas fue instalada en Río de Janeiro, la TV Tupi Canal 6. Observa la investigadora Maria Elvira Federico que:

> "Al contrario de la radio, la TV surgió bajo la égida de la comercialización. Así, Brasil fue uno de los cinco primeros países del mundo a tener televisión y el primero de América Latina" (1982: 31).

Tal cual aconteció con el inicio de la radio, poquísimos privilegiados pudieron asistir al primer programa de la televisión brasileña, que duró dos horas y 30 minutos, sin intervalo comercial. Había en la ciudad apenas "200 receptores, número que aumentó para 375, en enero de 1951" (Almeida, 1971: 57).

Fernando Severino, ex director comercial de la TV Tupi de São Paulo, revela que uno de los diferenciales de la televisión brasileña fue haberse desarrollado desde la radio, con la participación de muchos hombres de la radio, mientras en otros países, comenzó con los hombres de cine y teatro.

> "Eso se reflejó en la publicidad de TV, que tenía mucha influencia de la radio. Los textos eran tremendamente radiofónicos. Después, la propaganda fue evolucionando, adaptándose, perdiendo los vicios, y quedó apenas con las calidades que había heredado" (Pyr, 1995: 57).

Invirtiendo en los mejores profesionales del mercado y apoyándose en el status de gran innovación tecnológica, la televisión condujo la radio a la estagnación. Los concesionarios de radio no lograron reaccionar a las dificultades que fueron surgiendo y aceptaron la condición de "medio en extinción" a que fueron relegados, derrotados moralmente en la discusión donde la radio siempre aparecía con "sus días contados", frente al éxito de la televisión. Sobre esta polémica, aclara Eduardo Meditsch que la condición

inherente a la radio, de primer medio electrónico de comunicación de masa colocado a disposición del hombre, "muchas veces no es considerada al enfrentar una "era de la radio" que pertenecería al pasado a otra "era de la imagen", que definiría el presente y apuntaría para el porvenir" y concluye:

> "Como parece evidente, la radio no terminó con el fin de lo que sería "su era". La mejor manera de explicar esto es comprender que no fueron ni el sonido ni la imagen los que establecieron nuevas eras, sino la tecnología electrónica: tanto la radio como la TV pertenecen a la era de la información, y la radio fue la manifestación más precoz de la era electrónica en la comunicación de masa" (1997: 26).

Sumida en este debate estéril, la radio perdió rápidamente el status de mayor medio de comunicación publicitario del país. No sólo para la televisión, pero cedió espacio para los otros medios de comunicación, entre ellos el periódico y la revista. Lo que ocurrió, no fue la simple transferencia de dinero publicitario de la radio para la televisión y, sí una redistribución de dinero publicitario de los grandes anunciantes entre los principales medios de comunicación. En ese contexto, la radio logró mantener un pequeño porcentaje de los considerados "grandes anunciantes" y la casi totalidad de los considerados "pequeños y medios", exactamente aquellos conquistados gracias a la negociación directa, o sea, sin la intermediación de una agencia de publicidad.

Otro factor a ser considerado, en cuanto a la pérdida de lucro publicitario por la radio, fue el aumento del número de emisoras en el mercado, provocando la pulverización del dinero publicitario, antes concentrado en pocas emisoras.

Un breve análisis en el contenido de la *Tabla 01 y Tabla 03*, que demuestra la distribución porcentual del dinero publicitario, evidencia el status de la televisión como el medio que más recibe dinero publicitario en el país. El cuadro demuestra que a medida que la televisión avanza sobre el "pastel publicitario", ampliando a cada año su participación, ocurre la retracción del medio radio. La televisión, que abarcaba en 1962 (no disponemos de informaciones de los años anteriores) un total del 24,7% del presupuesto

publicitario, llega a 1972 con 46,1%, más que el doble de la facturación anterior. Diez años después, en 1982, alcanza 61,2 %, cierra el año de 2001 con 57,3 % de participación en el total del pastel publicitario, facturando bruto R$ 5.340.230.640. Y no para de crecer, llegando a obtener un 61% del pastel publicitario en 2004, lo que corresponde a un facturamento de R$ 8.233.068,458. Ya la radio, que en 1962 tenía 23,6% de participación en el total de inversiones, cierra el año de 1972 con 9,4%, acumulando una pérdida de inversiones en diez años superior a 150%. Perdiendo un poco más, llega al fin del año de 1982 con apenas 8% del total del valor invertido, cayendo en 1995 para 4,5% y llegando a 2001 con la marca de 4,7 % de participación del pastel publicitario, con la facturación bruta estimada en R$ 441,564.300. En 2004 la radio, con 4,4% del pastel publicitario arrecada R$ 600.416.840. Si comparado con la recaudación del mismo periodo en el año de 2003, mientras la televisión ha tenido un crecimiento de 26,10%, la radio solo ha logrado crecer un 11,4%.

En Brasil, según Sardinha (2004: 172) el número de subscriptores de TV por cable no pasa de 3,5 millones contra 75 millones en EEUU, siendo que de esos subscriptores de TV por cable 74,4% son de la clase A, 22,3% de la clase B y apenas 4,2% de la clase C (Sardinha, 2004: 256).

Las televisiones abiertas continúan presas a la transmisión analógica de cincuenta años atrás, por eso la digitalización de la señal de televisión abierta, que depende de decisión del Gobierno, significará importante avance en el sector. La tecnología digital garantizará, seguramente, mejoría de calidad del sonido y una imagen digital de alta definición para la televisión; y para la radio, pureza del sonido.

Tabla 01

Distribución de inversión publicitaria por medio de comunicación (%)							
ANO	TV aberta	JORNAL	REVISTA	**RÁDIO**	**OUTDOOR**	EXTERIOR	**TV assinatura**
1962	24,7	18,1	27,1	23,6	6,4	---------------	**------------**
1970	39,6	21,0	21,9	13,2	3,8	---------------	------------
1972	46,1	21,8	16,3	9,4	5,1	----------------	------------
1980	57,8	16,2	14,0	8,1	1,5	----------------	------------
1982	61,2	14,7	12,9	8,0	2,3	----------------	------------
1994*	57,0	26,0	8,4	4,3	3,7	----------------	------------
1995*	54,8	28,3	9,1	4,5	2,3	----------------	------------
1996*	59.0	25,0	9,0	4,0	3,0	----------------	------------
1997*	60,4	23,4	8,9	4,0	1,9	1,3	------------
1998*	58,9	22,5	9,4	4,0	2,7	1,7	0,8
1999*	55,7	23,8	9,8	4,7	2,9	2,1	1,0
2000*	56,1	21,5	10,6	4,9	3,0	2,2	1,7
2001*	57,3	21,2	10,6	4,7	2,5	2,2	1,5
2002*	58,7	19,9	9,7	4,5	2,7	2,5	1,9
2003**	59,1	18,1	9,4	4,5	2,3	2,6	1,7
2004**	61	17,1	8,6	4,4	2,7	0,7	2,2

Fonte: Meio & Mensagem e Grupo de Mídia SP. *Projeto Inter-Meios[16] ** En el año de 2003 y 2004 si incrementa dos nuevos valores: Internet (1,5% en 2003 y 1,7% en 2004) y Mobiliario urbano (0,8% en 2003 y 1% en 2004).

[16] El Proyecto *Inter-Meios* es un informe de inversiones en medios de comunicación en el País tabulado por la empresa de auditoria PricewaterhouseCoopers con exclusividad para la Editora Meio & Mensagem. El informe mide mes a mes las inversiones en vehiculación hechas por los

El cuadro presentado demuestra la distribución de las inversiones por medio. Elaborado en base a los datos del Grupo de Medios de Comunicación de São Paulo, representa solamente los valores aplicados por las agencias de publicidad. No expresa los valores directos, principal fuente de las emisoras del interior del estado de São Paulo y buena parte del país. Una realidad que el publicitario Pyr Marcondes interpreta como siendo

> "Una historia comercial triste, para un vehículo que fue, durante décadas, el único a viabilizar la verdadera integración del territorio nacional. Durante décadas, el único vehículo verdaderamente de masas del país. La única forma de comunicación para las regiones más pobres y alejadas de los grandes centros urbanos. Su única forma de ocio" (1995: 113).

Levantamiento del Proyecto *Inter-Meios*, que mide 90% del dinero invertido en medios de comunicación en Brasil, revela que las inversiones publicitarias en Brasil totalizaron US$ 10.470 mil millones, en el año de 1999, valor que significa 1,15 % del PIB[17] - Producto Interno Bruto nacional. La facturación alcanzada por medio de comunicación, en los últimos siete años puede ser observada en la *Tabla 02*.

---

anunciantes en los medios de comunicación brasileños. Estímase que el proyecto mida 90% del total de las inversiones. Los vehículos participantes encaminan sus datos derechamente para la Price. Las informaciones son enviadas en reales y la Price se encarga de la conversión para el informe en dólares, utilizando la tasa comercial de venta del último día útil del mes de referencia. Los 10% restantes, no medidos por el proyecto, y los valores de producción, con tasa estimada en un 19% de las inversiones en medios de comunicación, son calculados por la Editora Meio & Mensagem y adicionados a los valores obtenidos en el Inter-Meios a fin de obtener el volumen total del mercado publicitario.

[17] El PIB es la suma de las riquezas producidas por un país. Es formado por la industria, agropecuaria y servicios. El PIB muestra el comportamiento de una economía. El PIB también puede ser analizado desde el consumo, o sea, por el punto de vista de quien se apropió de lo que fue producido. En ese caso, el PIB es dividido por el consumo de las familias, por el consumo del gobierno, por las inversiones hechas por el gobierno y empresas privadas y por las exportaciones.

Tabla 02

Faturamento dos Meios Anos de 1997 / 1998 (em US$ milhões) – 1999 / 2003 (em R$ milhões)							
ANO	**TV Abierta**	**JORNAL**	**REVISTA**	**RADIO**	**OUTDOOR**	**EXTERIOR**	**TV PAGO**
1997	3.998.274	1.549.688	590.576	264.149.	126.286	87.471	-----------------
1998	3.781.747	1.444.252	602.648	257.847	171.901	108.805	49.757
1999	4.462.465	1.790.097	788.041	378.936	234.116	167.208	80.600
2000	5.542.039	2.133.741	1.043.401	482.152	296.036	215.133	161.548
2001	5.340.230	1.975.049	985.466	441.564	233.857	203.810	142.603
2002	5.657.477	1.918.818	937.759	438.174	257.063	243.758	183.148
2003	6.529.151	2.006.128	1.038.703	501.487	257.623	285.075	188.319

Fuente**:** Meio & Mensagem e Projeto Inter-Meios

Tabla 03

Faturamento Publicitário Meio Rádio e TV				
	Radio 2003	**Radio 2004**	**TV 2003**	**TV 2004**
1º semestre	212.001.160	275.793.387	2.792.261.755	3.652.659.197
2º semestre	289.485.898	324.623.453	3.736.888.983	4.580.409.261
Acumulado	501.487.058	600.416.840	6.529.150.738	8.233.068.458

Fuente: M&M On line

Outdoor y Medios de comunicación Exterior juntos facturaron poco más de R$ 500 millones en el ejercicio de 2002 y superaron el medio Radio en términos de participación en las inversiones en los medios de comunicación: 5,2% contra 4,5% respectivamente.

En 2002 el resultado de R$ 13 mil millones movidos por el mercado publicitario brasileño, que representaron un crecimiento nominal del orden del 3,4%, no deja dudas de que fue un año duro para la propaganda, o sea, para agencias y vehículos de comunicación que vieron los clientes apretar al

máximo sus inversiones y endurecer las negociaciones. Sin embargo ese valor representa 1,1% del PIB, alcanzando una expresiva relación, solo alcanzada en el excepcional año de 2000. Es hecho también que ese PIB creció apenas 1,52% en 2002 con relación a lo año anterior.

El valor movimentado en 2003 fue de aproximadamente R$ 14,8 mil millones. El proyecto Inter-Meios también mostró que en 2003 el mercado publicitario volvió a los niveles habituales de distribución de las inversiones por las dos mitades del año. Si en 2002, como consecuencia de la turbulencia económica generada por la incertidumbre asociada a la elección presidencial, no hubo la tradicional concentración de dineros en la segunda mitad del año, en 2003 lo según semestre recibió aproximadamente 57% de las inversiones alocados en el total del año.

Habiendo iniciado su contabilización individual en el Inter-Meios apenas en 2003, el Mobiliario Urbano ya registró, en su primer año de presencia en el proyecto, una facturación equivalente a aproximadamente un tercio de aquella conseguida por medios externos más tradicionales, como Outdoor y Medios de comunicación Exterior. La Internet facturó más de 164 millones de reales en 2003.

Nos cuenta Bianco (1999: 195) que de hecho, la radio siempre fue el primo pobre entre los vehículos de comunicación. Los empresarios tienen razón de reclamar de la recesión, del descaso de las agencias de publicidad que no valoran el medio y hasta de una cierta falta de profesionalismo entre los compañeros. Como dice el director de la Joven Pan 2, Tulinha, al explicar el descaso de los publicitarios, “es un medio que no da premio, hasta es muy pequeño para tener el interés de las agencias en hacer radio”.

> “La participación del medio en la distribución en el pastel publicitario es desproporcional a su gran poder de penetración delante del público. (Según dados de la Marplan Linta de 1992, 90% de la población brasileña de baja renta, hombres y mujeres de todas las fajas de edad, oyen la programación radiofónica cerca de tres horas diarias). De acuerdo con una encuesta del Proyecto Intermeios, coordinado por M&M e integrado por vehículos que responden a 90% de la pasta de medios de comunicación nacional, mientras la TV se quedó con

54,8% de ese pastel en 1995, la radio tuvo una participación del 4,5%". (1999: 195).

Según Ortriwano (1985: 99), las empresas que explotan la radiodifusión del tipo comercial están predominantemente dirigidas a lo que Muelles denomina la "doctrina demagógica de los publicitarios": dar la mayor satisfacción al mayor público posible sin, en rigor, haber una preocupación en cuanto al contenido que está siendo transmitido por los programas. Eso puede ser sintetizado en la célebre "dar al público lo que el público quiere", una de las frases más repetidas por los responsables por la programación de las emisoras comerciales de radiodifusión, aun cuando en la gran mayoría de las veces, nadie tenga parámetros reales que permitan saber "lo que el público quiere". Salomão Amorin (Ortriwano, 1985: 56) cree que "es falso que la radio ofrezca lo que el público quiere, ya que el público no dispone de elementos necesarios para tal elección. En el fondo, lo que la radio acaba vendiendo es el anuncio y no el programa" (1985: 56). Como bien relata Tavares (2001: 123), en la realidad brasileña, "la televisión es el instrumento permanente de mediación con la realidad para gran parte de la población. Las cosas solo pasan realmente cuando pasan por la televisión. Es el ápice de la cultura del entretenimiento y de las celebridades".

Según Tavares (2001: 126) otro problema se agrava cuando los programas más escatológicos y sexuales tienen que ampliar sus bajezas a medida que ellas van perdiendo su ineditismo en la radio o en la televisión. Y que también los programas montados en la humillación de los oyentes, por teléfono, como el Pánico, de la Joven Pan FM, agoten su repertorio de "tiradas" sádicas y pierdan su razón de existir. Mientras una nueva fórmula no viene, la risa en la FM va quedándose cada vez más amarilla.

Es una pena que hoy en día todo se cuele a la ganancia, pues según Manuel Calvo Hernando "la radio, la televisión, el cine y el vídeo no son solamente medios de comunicación de masas y de servicios a la colectividad, sino que pueden convertirse también en vías de conocimiento y desarrollo, especialmente para los países donde la educación no llega a todos los ciudadanos. En algunas sociedades occidentales, la radio desempeña un

importante papel cultural y contribuye a educar al público en materias como la música, la literatura, la historia y, en lo que se refiere a las radios locales, la promoción de la creatividad".

La velocidad de las nuevas tecnologías aún asusta a los radiodifusores que perciben su efecto devastador. El discurso del presidente de la ABERT, Joaquim Mendonça, durante, el Seminario sobre Nuevas Tecnologías para Radiodifusión, realizado en 1994, condensa bien esa preocupación: "El impacto de las nuevas tecnologías hace que el empresario de radio y televisión renueve sus equipos, busque nuevas padrones de dirección y, en fin, adopte en la conducción de sus negocios una actitud de rigurosa vigilancia para que la velocidad con que aquéllas son introducidas no les sorprenda"[18].

> "No se puede huir de la realidad de que la producción de los programas está dominada por el complejo publicitario, que visa a conquistar cada vez más público para consumir lo que es vendido por sus anuncios. Es el predominio de la audiencia – en términos de cantidad - y no la calidad de los programas, lo que determina, en último análisis, su éxito o fracaso. "Es necesario tener el coraje de reconocer y de proclamar, de registrar y de anunciar que, primariamente, los programas existen para promover ventas" (Ortriwano, 1985: 58).

Una parcela de radiodifusores ya sabe que no basta apenas reclamar de la falta de dinero publicitario para la radio. El momento es de gran competitividad, lo que exige mayores inversiones en el negocio radio; no sólo en la actualización de equipos sino también en proyectos de comunicación. Hoy es fundamental diversificar el negocio. No basta vender espacio publicitario. Una emisora que desea tener más dinero necesita presentar soluciones de comunicación – eventos, productos diferenciados – para el cliente.

Profesionalizar aún más la programación es un camino para sobrevivir. El modelo tradicional de programación – dirigida a todo tipo de público – pierde espacio para la segmentación. La tendencia hoy es hacer programación acertada, en sintonía con el gusto, comportamiento, valores y actitudes del público que pretende alcanzar. No basta tener noción del público; es preciso

[18] Discurso de Joaquim Mendonça. "Seminario debate en Brasília las nuevas tecnologías". Reviste Abert, n97, septiembre de 1994. En: Del Bianco (1999: 34).

tener marketing certero y crear una marca de la emisora. Según Del Bianco, "es preciso ser diferente del competidor".

Estamos de acuerdo con Sardinha (2004: 61) cuando ella nos cuenta que mucha cosa se alteró, desde 1922, con la introducción de la radio y, desde 1950, con la implantación de la TV en Brasil. Muchos progresos fueron alcanzados por los medios de comunicación electrónicos. "La radiodifusión en nuestro país se volvió cada vez más popular, constituyéndose en elemento central de una sociedad de consumo, influyendo nuestros hábitos, nuestras inclinaciones políticas".

En el decir del periodista Carlos Eduardo Lins Da Silva (1990: 68), en los último cuarenta años, la TV sustituyó al fútbol entre los pocos motivos de orgullo para el sentimiento nacionalista brasileño; "si antes era el país del fútbol, hoy es el país de la televisión". Prosigue afirmando que, a pesar de la TV brasileña ser despreciada por buena parte de los intelectuales, alcanzó una excelente calidad comparable a lo que se ve en EEUU y Inglaterra, tenidos como los países de mejor calidad de TV. Ignorar la TV en Brasil del final del siglo XX significa renunciar a conocer el propio país.

Pero para Briggs y Burke (2004: 231) "Aunque la radio pueda haber sido sacudida por la televisión, nunca fue por ella sustituida".

2.2.6. La reestructuración del sistema radiofónico

Ya al inicio de la década de 1960, los radiodifusores más conscientes llegaron a la conclusión de que la radio imponente, centro de todas las atenciones, estaba definitivamente liquidada. La televisión y los demás medios de comunicación habían asumido muchas de las funciones hasta entonces pertenecientes casi exclusivamente a la radio. Ante esta constatación, empieza una nueva fase en la radiodifusión brasileña, marcada por cambios en las estructuras, en los formatos y en el lenguaje.

Las primeras medidas, adoptadas por los radiodifusores, fueron administrativas, entre las cuales la suspensión de inversiones y la reducción de los costos con el mantenimiento y operación de las emisoras, una vez que venían registrando sistemáticas caídas en la facturación. En una segunda fase, la readaptación del sector artístico a la nueva realidad, con la reducción de los profesionales (operadores, productores, actores, locutores, presentadores) y la implantación de una programación basada en la información y en la música, teniendo como principales soportes el disco y la *vitrola*[19] ("pick-up" o "toca-disco").

Al analizar la ascensión de la televisión, McLuhan (1995: 335) concluyó que "uno de los muchos efectos de la televisión sobre la radio fue el de transformarla de un medio de entretenimiento en una especie de sistema nervioso de la información". Ya Saint Clair Lopes (1970: 78) entiende la transición de lo que denomina "radio artística y artesanal" (bien producida, con música y atracciones en directo) para la "radio tecnocrática" (con grabaciones fonográficas, "entradas" del locutor para anunciar una música, dar alguna información y a veces interpretar un anuncio) como un retroceso en la programación de la radio. Según Lopes, regresamos a lo origen de la radiodifusión, cuando la concepción del programa de radio no era prioridad:

> "El programa de radiodifusión sonora está dejando de ser un tema montado expresivamente sobre palabras, música y ruidos ornamentales. Regresamos a las grabaciones fonomecánicas comerciales, utilizadas en las diversas horas, intercaladas de publicidad, siendo que la mayoría de las emisoras va más allá, ofreciendo permanentes programas noticiosos, calcados en el sistema de información. Las que aún persisten en programación musical en directo se arriesgan a enfrentar serios perjuicios. Los denominados *programas montados* se transfirieron para la televisión, donde encontraron un vasto campo de expansión, con la ventaja de que se apoyan en una experiencia adquirida durante largos años en radiodifusión sonora" (1988: 73).

Inserta en ese contexto, necesitando adecuarse a una nueva realidad de mercado, buscando optimizar los ingresos, la radio no hesitó en adoptar nuevas estrategias, con las emisoras de los grandes centros dirigiendo sus

---

[19] De allí la expresión *"Vitrolão",* que pasó a designar las emisoras que solo tocaban música.

programas a públicos específicos. Explica la investigadora Gisela Ortriwano que:

> "La radio aprendió a cambiar los astros y estrellas por discos y cintas grabadas, las novelas por las noticias y las bromas de auditorio por los servicios de utilidad pública. Fue encaminándose en el sentido de atender a las necesidades regionales, principalmente al nivel de la información. Empieza a acentuarse la especialización de las emisoras, buscando cada una de ellas un público específico. Ya no era posible mantener producciones tan caras como las del período anterior: la especialización va acentuándose cada vez más, principalmente en las grandes ciudades. Las emisoras situadas en las ciudades de menor porte no pudieron acompañar esa tendencia y tuvieron que continuar manteniendo lo "trivial variado" (1985: 21).

Esa transformación en la estructura de la radio, con la implantación de un nuevo formato de programación, fue posible gracias a las nuevas tecnologías, principalmente los soportes que posibilitaron la inserción de la música grabada, y a la industria fonográfica.

> "La música, que hasta entonces representaba el espacio más caro de la programación, por la necesidad de mantener a sueldo elencos de artistas disponibles para ejecuciones en directo, se transformó súbitamente en lo más simple y barato. Los artistas pasaron a ser mantenidos por la industria de discos, que cedía los derechos de transmisión a las emisoras prácticamente gratis, a cambio de la divulgación, también gratuita, de sus productos" (Meditsch, 1996: 13).

Con la adopción de nuevos soportes tecnológicos, la radio se convirtió en un reproductor de música en escala industrial. Al optar por esta estrategia, la radio brasileña cambió la calidad por la cantidad. La ejecución masificada de músicas comerciales rinde a la radio la denominación de "*vitrolão*" (sólo tocar música), que nos remite a una de las características de la industria cultural más cuestionada por Adorno y Horkheimer, para quienes la producción en serie, como las músicas masterizadas en discos, no democratizó el arte. Lo que ocurrió fue la banalización de las obras, defienden los autores, pervirtiéndolas, haciendo que el público perdiese el sentido crítico, volviéndose un consumidor pasivo de las mercaderías anunciadas por la radio y demás medios de comunicación de masa. Adorno y Horkheimer (1982: 160) van más allá, al

afirmar que la radio más que como "negocio", se autodefine como "industria". La radio y sus productos sobresalen en la cultura de masas, donde prevalece el interés mercantilista.

Pero ni todo es pesimismo. Una corriente de pensadores comprende que la producción cultural de masa posibilitó la democratización de la cultura, a medida que colocó a disposición de las personas más conocimientos sobre su mundo, vehiculados bajo la forma de músicas, informaciones y noticias. Progresos en ese sentido pueden ser constatados con el desarrollo del repertorio de los consumidores de medios de comunicación electrónicos, que pasaron a incorporar elementos de varias otras culturas, o inclusive manifestaciones culturales de otras regiones del país.

Hans Magnus Enzensberger (1978: 49), al analizar la fuerza movilizadora de medios electrónicos, nota que ellos "posibilitan la participación masiva" de las personas en un "proceso productivo social y socializado, cuyos medios prácticos se encuentran en las manos de las propias masas". En la concepción del autor es "falso" considerar los aparatos de comunicación como un simple "vehículo del consumo" y justifica:

> "En principio, siempre son al mismo tiempo medios de producción. Y, una vez encontrándose en las manos de las masas, son medios de producción socializados. La oposición entre productores y consumidores no es inherente a medios electrónicos; por el contrario, debe ser artificialmente mantenida mediante medidas económicas y administrativas" (1978: 79).

En ese escenario de discusión, que envuelve los medios, productores y productos de cultura de masa, Umberto Eco (1970: 18) presenta, en el libro *Apocalípticos e Integrados,* un análisis del posicionamiento de los teóricos que tiene, como objeto de estudio, la cultura de masa y su acción en la sociedad. Haciendo una lectura crítica de las concepciones antagónicas, Eco resalta el equívoco de los *apocalípticos*, en la medida que buscan resaltar el aspecto negativo del fenómeno y construyen una crítica cargada de pesimismo para los medios productores de cultura de masa y de los *integrados*, por preocuparse con la producción y no con la ponderación. Sin embargo, el autor destaca la "validez" de la función de los apocalípticos "al denunciar que la ideología

optimista de los integrados es profundamente falsa y de mala fe" y presenta su lectura del problema de la cultura de masa:

> "El problema de la cultura de masa es exactamente el siguiente: ella es hoy maniobrada por "grupos económicos" que persiguen fines lucrativos, y realizada por "ejecutores especializados" en suministrar al cliente lo que juzgan más vendible, sin que se verifique una intervención maciza de los hombres de cultura en la producción" (1970: 50).

La lectura de Umberto Eco expresa la realidad de la radio brasileña, considerando la relación establecida con su público, con el intento de recuperar el mercado perdido para la televisión. Una radio que pasó a actuar en el límite entre la producción cultural de masa y la generación de información, preservando los intereses políticos y económicos, sin embargo asumiendo sus responsabilidades sociales. Construyó una programación, caracterizada por la cultura globalizada, creando ambiente para comercializar sin disimulación sus productos, al mismo tiempo cerrada a las manifestaciones de la cultura local. Esa postura fue muy cuestionada por varios sectores representativos de la sociedad civil, que se organizaron alrededor del movimiento de las radios libres y comunitarias y más que defender, pasaron a instalar e incentivar la implantación de emisoras de baja potencia por todo el país, con propuesta de programación sintonizada con los intereses de la cultura y los problemas locales.

Nos cuenta Peruzzo (1998: 73)

> "que después de ver, durante muchos años, a la mayoría de la población brasileña excluida de las posibilidades de participación en los mecanismos decisorios, vivimos, desde el inicio de la década de ochenta, una avalancha de promesas y de invitaciones en ese sentido, principalmente por parte de políticos, órganos públicos y organizaciones sin fines lucrativos de la sociedad civil. El término "participación" llegó a volverse un modismo. Pero, después de tantos usos diferentes que le fueron impuestos, pudiendo significar desde el mero "asistir" hasta el pleno "tomar parte activamente", acabó pasando por un desgaste".

Por otro lado, como consecuencia de la concentración del poder político y económico, se consolida la concentración de medios de comunicación

electrónicos en las manos de una minoría. Assis Chateaubriand, ejemplifica Santiago (2002: 215), “al lograr la concesión para poner en el aire la primera emisora de TV brasileña (PRF-3, TV Tupi, en 1950), era dueño de casi treinta periódicos, revistas, editorial de libros, agencia de noticias y quince estaciones de radio”. Al final de la década, en septiembre de 1959, Assis Chateaubriand comandaba un “imperio de comunicaciones, constituido por cuarenta periódicos y revistas, más de veinte estaciones de radio, casi una decena de estaciones de televisión, una agencia de noticias y una empresa de publicidad” (Morais, 1994: 473). Según Fernando Morais, el paralelo más próximo encontrado para compararse al poderío de los Diarios Asociados era la cadena del magnate norteamericano William Randolph Hearst:

> “Y así mismo aún quedaban, proporcionalmente y numéricamente, muchos agujeros debajo del verdadero Estado montado por Chateaubriand: en el auge de su prestigio, al final de los años 30, Hearst (que fuera inspirador del personaje “Ciudadano Kane”, de Orson Welles) era dueño de 25 diarios y once semanarios diseminados por diecinueve ciudades de Estados Unidos” (1994: 613).

Para Peruzzo, globalmente, hay que llevar en cuenta que esa cuestión se coloca dentro de la experiencia histórica de un pueblo. En las condiciones de Brasil y de otros países latinoamericanos, donde los pueblos no tienen tradición en ese sentido, aliado esto a la reproducción de valores autoritarios, a la falta de concientización política y a otros factores, pretender alcanzar un grado de participación más elevado es algo de difícil concreción. En nuestro caso, desde el período colonial, nos fue obstaculizada o hasta usurpada la posibilidad de avanzar en esa práctica. Nuestras tradiciones y nuestras costumbres apuntan más para el autoritarismo y la delegación de poder que para asumir el control y la co-responsabilidad en la solución de problemas.

> “La dominación, por un lado, así como el sometimiento y la resignación, por otro, permean el cotidiano, la sociedad civil y el Estado, de la familia al condominio, a la escuela, al sindicato, al partido político y al gobierno. Es común, por ejemplo, que la población de un barrio espere del dirigente de la asociación de moradores eficiencia en la solución de los problemas – “al final, fue elegido para esto” – o que se elija un presidente de la República como un “salvador de la patria” (1998: 74).

Lo más nítido de los impases para un sistema de comunicación más democrático y ético en el país está en la superficie de su estructuración como negocio: el mercado queda concentrado en pocas redes, controladas por escasos grupos empresariales. Con un agravante: gran parte de esos grupos son familiares, hecho que hace prevalecer una gerencia del negocio público (comunicar) mucho más próxima del régimen privado.

Según relata Christofoletti (2003: 7), se calcula, hoy, que siete grupos controlen 80% de todo lo que es visto, oído y leído en los medios de comunicación brasileños:

> • La familia Marinho es líder en la TV abierta (Rede Globo), el tercer periódico en tiraje en el país (O Globo), la mayor operadora y distribuidora de TV por cable (NET), uno de los portales más frecuentados de la Internet (Globo.com), una importante productora y distribuidora de cine (Globo filmes), decenas de emisoras de radio FM y AM (incluyendo la red CBN) y un sistema de producción de canales para TV por cable (GloboSat).
>
> • La familia Civita detiene la mayor editora de revistas, fascículos y periódicos del país, con ramificaciones en América Latina (Abril), una división de distribución y producción de vídeos (Abril Vídeo), una emisora de televisión (MTV), una operadora del sistema de TV por cable (TVA), además de participación en la DirecTV. Son socios del mayor portal de contenido de lengua no inglesa del mundo (UOL).
>
> • La familia Abravanel controla la segunda red de emisoras de televisión del país (SBT), mantiene parcerías con productoras y estudios de cine multinacionales, además de tener iniciativas en otros sectores de la economía.
>
> • Los Frías poseen el periódico más leído del país (Folha de S.Paulo), un instituto de encuestas pública (DataFolha), otros periódicos menores, parte de uno de los mayores proveedores de acceso e información del mundo (UOL), una agencia de noticias (Agencia Folha) y parte de uno de los más influyentes periódicos de economía (Valor Económico), en parcería con O Globo.
>
> • La Iglesia Universal es dueña de la tercera mayor red de TV del país (Record) y de otras emisoras menores, como la Red Mujer y la Red Familia.
>
> • La familia Saad controla la Red Bandeirantes, las emisoras de la Radio Bandeirantes AM y FM y detiene aún el Canal 21, de grande penetración y alcance en la capital paulista.

• Los Mezquita son propietarios de la segunda mayor circulación en periódicos en el país (O Estado de S.Paulo), de los tradicionales Jornal da Tarde y Radio Eldorado FM, de la Agencia Estado y de una emisora de televisión en Maranhão.

El alcance de esos grupos impresiona. Para tener una noción del poder envuelto, obsérvense algunos números relativos apenas al negocio Televisión. En el país hay 41,1 millones de domicilios con aparatos de TV, número superior a los hogares con refrigeradores. En media, hay 1,25 televisores por domicilio, y el brasileño se queda cerca de 3 horas por día frente al aparato, de lunes a sábado, según constató DataFolha en septiembre de 2000, en la época del cincuentenario de la TV en el país. En 1999, números de las propias emisoras dieron cuenta de que la facturación bruta de la TV de señal abierta fue de R$ 4,4 mil millones.

Levantamiento de la Folha de S.Paulo, de 2001, reveló que 24% de las empresas de radiodifusión son de políticos. Eso significa decir que a cada cuatro emisoras, una es de un político.

Al mismo tiempo en el que dio secuencia a la política de conceder emisoras de radio y TV a un grupo cada vez más reducido de simpatizantes, el gobierno brasileño mantuvo excluidas del proceso, cientos de instituciones representativas de la sociedad y millares de brasileños con propuestas para explotar la radio o televisión local. Sólo no contaba con el fortalecimiento y el reconocimiento de las radios comunitarias por la sociedad. Algunas, incluso, mereciendo el reconocimiento internacional, como la Radio Favela FM de Belo Horizonte y la Rocinha FM de la Favela de la Rocinha, en Río de Janeiro, que comentaremos en el capitulo 4.

2.2.7. Las políticas de comunicación y el proceso de concentración del sistema radiofónico

Con la muerte de Assis Chateaubriand y el fin de los Diarios Asociados, el empresario Roberto Marinho asumió el estatus de “magnate de las

comunicaciones en Brasil." Hasta 1996, era propietario de veinte emisoras de radio y 17 emisoras de TV, además de periódicos y otras empresas en el área de las telecomunicaciones.

> "Hoy, la Red Globo cubre prácticamente todo el territorio nacional, siendo vista por 99,84% de los 5.043 municipios brasileños. Los números de la Red Globo son prueba definitiva de su crecimiento: 113 emisoras entre Generadores y Afiliadas, 74% de audiencia en la hora noble, 56% en el matutino, 59% en el vespertino y 69% de audiencia en la hora nocturna. En el mercado publicitario, la participación de la Globo corresponde a 75% del total de inversiones destinadas a los medios de comunicación y televisión"[20].

La TV Globo fue al aire en Río de Janeiro por la primera vez el 26 de Abril de 1965, poco más de un año después del golpe militar. Roberto Marinho era el dueño de la emisora. Su padre había fundado el periódico "O Globo" en 1925, pero murió enseguida. Sus hijos heredaron el periódico. A los 26 años, en 1931, Roberto Marinho se volvió director del periódico. En la década de 40 él dio inicio a las transmisiones de la Radio Globo. Marinho logró su primera concesión de TV en 1957, del presidente Juscelino Kubitscheck.

Los primeros ocho meses de la TV Globo fueron un fracaso evidente y entonces Walter Clark, a la época con 29 años, fue contratado para dirigir la emisora. Fue él el arquitecto del increíble éxito de la Globo. Las inundaciones desastrosas en Río, en 1966, marcaron el momento decisivo de la TV Globo, cuando ella hizo la cobertura en directo de los sucesos, mientras los otros canales simplemente ignoraron la tragedia.

En 1967 el segundo presidente militar, Marechal Costa e Silva, asumió la presidencia y el breve "Milagro Económico Brasileño" tuvo inicio. La dictadura dio prioridad al desarrollo de un moderno sistema nacional de telecomunicaciones, creando un ministerio y viabilizando la compra de televisores a crédito. La resistencia a la dictadura militar llegó a las calles en 1968 cuando cerca de cien mil personas, en su mayoría estudiantes, hicieron grandes manifestaciones en Río de Janeiro. Al final de 68, presionado por la creciente oposición, el régimen militar asumió poder dictatorial total, a través

[20] Disponible en: http://www.redeglobo.com.br/

del infame Acto Institucional 5. El congreso fue cerrado y la tortura se tornó una rutina.

La censura previa a medios de comunicación de masa fue instituida. Parte de la izquierda optó por la lucha armada y su éxito más espectacular fue el secuestro del embajador americano, forzando al gobierno a libertar varios presos políticos.

La Globo centralizó todas sus producciones en Río de Janeiro después de un incendio que destruyó sus instalaciones en São Paulo. Con el dinero del seguro un empuje decisivo fue dado para la construcción de una poderosa red. El primer telediario a alcanzar prácticamente todo el territorio brasileño fue el Telediario Nacional (Jornal Nacional), presentado por la primera vez el 1º de septiembre de 1969. Así nació la red.

La TV Excelsior había sido la única empresa de televisión a oponerse al golpe militar de 1964 y los militares no se olvidaron de eso. En 1970 el gobierno canceló su concesión. Al inicio de los años setenta el nuevo gobierno del general Emílio Médici lanzó una campaña maciza con el slogan: "Brasil, ámelo o déjelo". Cualquier reportaje negativista era prohibido.

En 1972 el entonces presidente Médici inauguró la televisión en colores. La llegada de los colores consolidó la superioridad de la TV Globo. En la definición de la propia emisora fue instituido el "Padrón Globo de Calidad". En 1977, Roberto Marino dimitió a Walter Clark, por aquel entonces el ejecutivo mejor pago de América Latina.

Walter Clark fue sustituido por el controlador de programación conocido por Boni. Mientras tanto, como la propia Globo mostró, la represión no había disminuido. Ni siquiera contra los periodistas. En 1975, Wladimir Herzog, jefe del periodismo de la TV Cultura de São Paulo, fue arrestado, muriendo horas después en un cuartel. Había sido torturado. La policía divulgó una foto, intentando convencer a la opinión pública de que él se había suicidado. La noticia de su muerte no fue divulgada en la televisión, pero apareció en los periódicos y millares de personas se reunieron en la plaza *da Sé* para protestar contra el asesinato.

En 1979 el general Figueiredo se tornó el quinto y último presidente militar. Prometió la apertura del país para la democracia. En 1980 la TV Tupi acabó quebrando y su concesión fue cancelada. Durante las dos décadas de la dictadura militar en Brasil, Roberto Marinho se tornó riquísimo y era quizá el civil más poderoso del país. Con el fin del régimen militar su dominio creció aun más, por encima de cualquier reglamentación o control.

En la inminencia de la vuelta de un presidente civil al comando del país, Roberto Marinho apoyó al candidato Tancredo Neves, un viejo y respetado estadista, miembro de la oposición a la dictadura militar. Cuando Tancredo derrotó al candidato de los militares por aplastadora mayoría en el Colegio Electoral, Brasil vibró de alegría. Los generales habían desaparecido, y las expectativas eran muy grandes.

Tancredo murió antes de asumir la Presidencia de la República y las imágenes de la Globo expresaron toda la angustia de la nación. Fue sustituido por José Sarney, un miembro fundador del partido pro-gubernista militar[21].

La vinculación de la Red Globo con el régimen se transformó en un documental de una productora británica, que decidió demostrar todo el envolvimiento de aquel vehículo con el poder político militar. Destinado a desenmascarar el sistema de comunicación de Brasil en el Exterior, el documental inglés tiene entre los entrevistados el político Leonel Brizola, el compositor Chico Buarque de Holanda, el director de televisión Walter Clark, el periodista Armando Nogueira y Luiz Inácio Lula da Silva, entonces candidato del Partido de los Trabajadores a la presidencia de la República.

El narrador del documental recuerda que aquella emisora tenía una forma muy especial de dar las noticias, en especial cuando los índices de la inflación estaban entre 20% y 30%. Para mostrar como se procesaba la manipulación de la noticia, la periodista Beth Costa, periodista de la TV Globo y presidente del Sindicato de los Periodistas de Río de Janeiro, dio la siguiente declaración al equipo de la televisión inglesa: "Abría el telediario con el locutor

[21] Los datos aquí colocados fueron sacados de la película *"Muito além do cidadão Kane".* Documentario de Simon Hartog producido en 1993 por el canal 4 de la BBC. El documentario discute el poder de la red Globo y tuvo su exhibición prohibida en Brasil.

diciendo, “sale el índice de la inflación del mes. La libreta de ahorros va a rendir 30, 40%”. Entonces ella eliminaba el peso negativo del índice de inflación y lo transformaba en cosa positiva”. En otras palabras, una anomalía económica era noticiada como un hecho positivo[22].

Roberto Marino falleció en la ciudad de Río de Janeiro, el 06 de agosto de 2003, a los 98 años de edad y actualmente las organizaciones Globo son dirigidas por sus hijos.

Paulatinamente, los medios de comunicación del sistema oficial radicalizan el aspecto centralizador, retirando de las ciudades y regiones las posibilidades de vida propia en la cultura, la política y la economía.

El sistema de transmisión en red, con característica de monopolio, permite, por ejemplo, que hoy una emisora de TV como la Red Globo transmita, para todo el territorio nacional, una programación que privilegia la producción cultural de grandes centros urbanos, con enfoque en Río de Janeiro. Ella cubre todos los Estados, con estaciones propias o asociadas en las capitales, además de las afiliadas en ciudades del Interior, en un total de 76 emisoras, dominando 64% de la audiencia nacional y absorbiendo cerca del 70% del pastel publicitario en todo el País, según informaciones corrientes del mercado.

La descentralización de la producción cultural es una de las principales reivindicaciones del movimiento de radios libres.

Ortriwano (1985: 31) nos informa que la formación de redes nacionales, con decenas - o hasta cientos – de emisoras regionales transmitiendo una programación unificada para los más diversos puntos del país, es una realidad cada vez más presente. El objetivo principal de esa nueva inclinación está ligado únicamente a factores económicos: fortalecer la radio como alternativa publicitaria, buscando obtener mayor lucratividad con menor inversión. Las emisoras que forman parte de una red, reciben, al mismo tiempo, programación y patrocinador.

---

[22]Simon Hartog. Brazil, Beyond the citizen Kane. Large Door/Channel Four, Londres, 1993.

> “Los ejemplos muestran que las redes de radio están siendo estructuradas, buscando la mejor explotación de las potencialidades comerciales del medio. Y, con la posibilidad de emisión por satélite, las redes podrán ser cada vez más ágiles, aumentando su capacidad de transmitir programación unificada, al mismo tiempo en que pueden ampliar su alcance en la conquista de nuevas emisoras. La mayor crítica que ha sido hecha a esa inclinación de formación de redes, divulgando los mismos programas en diversas regiones del país, es la que concierne a la cuestión de la preservación de las características culturales” (1985: 33).

Si uno de los caminos de la radio actual es la concentración cada vez mayor en sistemas de explotación comercial, buscando formas más eficientes de comercialización para la obtención del lucro y permitiendo, al mismo tiempo, que el monopolio del control del Estado sea eficaz, en el extremo opuesto vamos a encontrar las “radios libres” o “radios piratas”, que intentan romper ese monopolio estatal. Procurando abrir posibilidades para una apropiación colectiva de medios, presentan un mensaje alternativo cuyo objetivo es alcanzar, no ya las grandes masas, sino las minorías y los grupos socialmente marginados.

Ése es el formato más eficiente, desde el punto de vista financiero, para divulgar y explotar, a nivel nacional o regional, las ganancias proporcionadas por el mercado de bienes culturales. En el enfoque político-partidario, nos cuenta Nunes (1995: 254), ese sistema también sirve con mayor eficiencia a los objetivos de control de la opinión pública.

> “No debía ser así, pues es bajo la llamada "teoría de la responsabilidad social", que la iniciativa privada recibe licencia concesionaria para explotar la radio y la televisión, para quiénes el Estado busca establecer principios que garanticen el uso social de medios de comunicación, tornándolos responsables por el contenido de la programación que transmiten y sus consecuencias".

En la práctica, continua la autora, esos principios no son obedecidos. La función social de los medios de comunicación, que deberían, por ejemplo, ofrecer educación, cultura e información a la población. es sustituida por la noción del entretenimiento y del comercio. Para Nunes, “eso es grave en la medida en que la televisión y la radio ocupan un espacio de información que la

lectura de libros, periódicos y revistas no consigue alcanzar, debido a las condiciones económicas de la población brasileña".

Aunque las concesiones de radiodifusión sean figuras de carácter público, con plazos definidos para la explotación y con contrapartidas sociales de sus beneficiarios, su anulación es un evento raro en el sistema nacional, casi inexistente, afirma Sardinha (2004: 301) en su reciente obra *Radiodifusão*. La regla general aplicada es la renovación automática de las concesiones para las emisoras, generando períodos infinitos de dominio de algunas redes en el espacio audiovisual.

La legislación aporta para este estado de cosas, bien como la ineficiencia del estado en la fiscalización y control de los concesionarios. No hay cobranza gubernamental por la calidad de la producción y del contenido. Y según Christofoletti (2003: 2), la sociedad poco si manifiesta sobre eso.

Para la investigadora Gisela Ortriwano, el término "política" es empleado en varias acepciones. En el sentido vulgar, representa todo lo que se relaciona con la vida de las organizaciones políticas, como elecciones, partidos, etc. "Significa también la orientación, la filosofía o el comportamiento del gobierno con relación a ciertos asuntos, por ejemplo la "política de la radiodifusión". Como "área del saber", constituye la denominada "Ciencia Política" que, en otras palabras, puede ser caracterizada como siendo el conocimiento sistemático de los fenómenos políticos, una vez que, en este sentido, los hechos sociales son también hechos políticos" (1985: 59).

Básicamente, vamos a comprender "política" en el sentido que le dio Maquiavelo y que le dan algunos autores modernos: un conjunto de procesos, métodos, expedientes y ardides que procuran lograr, conservar y ejercer el Poder, generando una determinada acción del Estado en el abordaje de los problemas de la Nación[23].

El complejo publicitario que pasó, progresivamente, a sostener el poder burocrático no sólo de la radiodifusión sino también de los vehículos impresos,

---

[23] Niccoòi Machiavelli, escritor político italiano (1469-1527), autor del "Príncipe". En: Ortriwano, 1985.

“como la lengua de Esopo, es al mismo tiempo el mejor y el peor. El peor, porque marcó profundamente, en provecho de un sistema mercantil, su contenido y su equilibrio económico. El mejor, porque, en el mundo capitalista, apenas la publicidad asegura la financiación que permite a la prensa su independencia pese a los gobiernos” (Ortriwano, 1985: 64).

A pesar de ser el medio de comunicación de masa preferido por los brasileños, durante la mayor parte del día, la radio no es considerada un medio de comunicación prioritario por los publicitarios, recibiendo el tratamiento de “medio de comunicación de apoyo”, destinando a él en 2001 apenas 4,7 % del total del dinero publicitario (R$ 441.564.300) contra 57,3 % destinados a la televisión (R$ 5.340.230.640).[24]

Entre los principales motivos que llevan a los publicitarios a invertir poco en la radio se destacan: la dispersión de medio, que dificulta la selección y programación de las emisoras; ausencia de encuestas de audiencia regulares e idóneas; ausencia de profesionalismo en la comercialización de sus productos y el estancamiento tecnológico de la gran mayoría de las emisoras. Por otro lado, pocas emisoras invierten en la creación y producción de programas, lo mismo ocurriendo con las agencias de propaganda, en lo tocante al desarrollo de piezas publicitarias exclusivas para la radio.

La falta de idoneidad por parte de las emisoras en el control de las inserciones de comerciales en sus programaciones también es una reclamación frecuente de las agencias de publicidad. Eso acaba generando un desinterés también en la creación y producción del material publicitario específico para la radio por parte de las agencias, haciendo que éstas no inviertan en esa área y, la mayoría de las veces, aprovechen el audio (fonograma) de los comerciales de TV para vehicular como un *spot* de 30 segundos o un minuto, en vez de estimular la creación de piezas especialmente elaboradas para el medio. Ese mismo material no es dirigido claramente para emisoras AM o FM, casi siempre con la misma pieza siendo utilizada en los dos formatos, sin la menor preocupación con la segmentación de público.

---

[24] Ver T*abla 1* – Distribución de inversión publicitaria por medio de comunicación.

Debemos considerar por otro lado que los concesionarios de las emisoras de radio han demostrado poca capacidad de tomar iniciativas en conjunto para alterar ese cuadro. Y eso no ocurre por acaso, una vez que no todas las emisoras son dirigidas por profesionales calificados, que tengan el objetivo de “hacer radio” con calidad y dirigido a los intereses de la comunidad donde están instaladas. El criterio político de distribución de concesiones, utilizado por los gobiernos militares y por los primeros presidentes de la Nueva República, llevó a la división de los radiodifusores en dos segmentos: los empresarios, que viven del negocio radio, y los políticos y pastores que explotan el vehículo para autopromoción o divulgación de creencias.

En Brasil, 45% de las emisoras de radio están en las manos de políticos, 15% pertenecen a la Iglesia Católica y 25% están bajo el control de los demás grupos religiosos.[25] En opinión del director ejecutivo de la Radio Eldorado, João Lara Mezquita, ése es uno de los problemas más relevantes del medio. Para él, históricamente las concesiones han beneficiado a personas que no son del área de comunicaciones, que no poseen el menor compromiso con la función social de las emisoras con que fueron agraciadas. "Es un regalo para los amigos del rey. Son pocos los verdaderos hombres que viven del negocio radio. La mayoría de ese personal que ganó concesión en los últimos años no tiene en la radio su principal negocio. Aquello es para vender la concesión a la hora en que ella se valorice, para impulsar otros negocios o para hacer jugada política para valorarse y ganar votos aquí y acullá".

La ligación estrecha entre políticos y el sistema de concesiones de emisoras es hecho público y notorio. La concesión de nuevos canales, principalmente en la década de 80, fue transformada en moneda política de extensa circulación entre protegidos del poder y políticos. Fue ampliamente utilizada como medio de cooptación política o inclusive en negociatas involucrando beneficios y privilegios durante los gobiernos de los presidentes João Figueiredo y José Sarney, afirma Del Bianco (1996: 101).

> “En el gobierno Figueiredo, por ejemplo, se duplicó el número de emisoras en funcionamiento. José Sarney consiguió superar a su antecesor y se transformó

[25] “Ameaça à informação independente”. Jornal da Tarde, São Paulo, 29 mar. 1999.

en un campeón en la distribución de canales durante el período crítico de la disputa en la Constituyente, cuando estaba en juego la duración del mandato del Presidente de la República. De 1985 a 1989, Sarney autorizó el funcionamiento de 632 FMs y 314 AMs. Solamente en el período de noviembre de 1987 a septiembre de 1988, concedió, en media, 32 FMs por mes. En ritmo acelerado, 70% de las frecuencias y canales disponibles fueron ocupados, lo que implicó, en algunas ciudades y capitales, prácticamente el agotamiento del espectro".

El descontento de los empresarios creció en el gobierno Fernando Henrique Cardoso ante la propuesta del Ministerio de las Comunicaciones de ampliar el número de emisoras en regiones carentes del país, o sea, en localidades que no son servidas por los servicios de radiodifusión. Los empresarios luego criticaron la idea argumentando que la competencia iría a aumentar entre las emisoras y que el país no tenía economía suficiente para enfrentar la situación. Alegaron también que el pastel publicitario brasileño era demasiado pequeño como para ser repartido con las actuales emisoras diseminadas en el país.

De hecho, la radio siempre fue el primo pobre entre los vehículos de comunicación, como bien podemos observar en las tablas 1 y 2. La participación de los medio en la distribución en el pastel publicitario es desproporcional a su gran poder de penetración junto al público. La escasez de dinero ha provocado reacciones de los radiodifusores empresarios. Nuevas estrategias gerenciales y de *marketing* – en parte impulsadas por los avances tecnológicos – están siendo implementadas con tal velocidad que, en un corto espacio de tiempo, van a molestar a aquellos que explotan el vehículo de modo poco profesional. El sistema de transmisión en red de múltiple-transmisión digital vía satélite, la segmentación de la programación para públicos de gustos variados y el uso de tácticas promocionales agresivas y competitivas son algunos ejemplos de esos cambios, que reposicionan a las emisoras en el mercado y amenazan la situación de aquéllos que permanecen estancados. La radio es un poderoso "instrumento político que tanto puede servir al cambio como al mantenimiento de un Estado, de las relaciones sociales, de la propia libertad individual y/o colectiva. El más eficaz vehículo de información se vuelve un instrumento ideológico en la medida en que su control y propiedad lo

transforman en arma. Arma que moviliza, induce, libera o esclaviza" (Ortriwano, 1985: 59).

Para Peruzzo (2004: 122) "la mayoría de los estudios de la comunicación popular, en la perspectiva de los movimientos sociales, parte del presupuesto de que *el pueblo* son las clases subordinadas, sumisas, económica y políticamente, a las clases dominantes". Para tener una idea del poder de esta clase, sin anunciantes ni subscriptores, y también sin encalles, la prensa sindical, en Brasil, edita 20 millones de ejemplares al mes.

> "Hay que reconocer el gran poder de los medios de comunicación y su manipulación, prioritariamente, al servicio de los intereses de las clases dominantes, pero no por eso ella deja de dar su contribución al conjunto de la sociedad. Cuando quiere, divulga campañas y programas educativos y otros de elevado interés público. Por otro lado, al informar, instantáneamente, sobre hechos que ocurren en cualquier parte del mundo, también propicia entretenimiento, satisfaciendo así necesidades que los medios populares no se proponen y no consiguen satisfacer. Tenemos que llevar en cuenta que ella viene siendo aceptada tal como es por la mayoría de la población, lo que incluye las clases subordinadas. Su contenido, sus formatos y su lenguaje tienen mucho que ver con el universo cultural de segmentos de receptores. ¿Quién, aun leyendo el periódico de la "comunidad", no acompaña el noticiero de la televisión? ¿O quién deja de ver la "novela de las ocho" para ver un programa de la TV educativa o cultural? Los vehículos de comunicación masivo no son, por lo tanto, necesariamente, "perversos", con relación a los intereses populares. Ellos, como medios técnicos, permiten diversa formas de empleo, como ya dijo Brecht hace muchos años" (2004: 131).

La autora continúa explicándonos muy bien que en Brasil, el sistema de teleradiodifusión pertenece a la Unión, que lo explota directa o indirectamente. Así, las emisoras de radio y televisión sólo pueden ser instaladas mediante concesión del gobierno federal, poder durante muchos años circunscripto al Presidente de la República. Desde la Constitución de 1988, esta decisión precisa del aval del Congreso Nacional. En la práctica, eso significa que el gobierno ha concedido el derecho de operar la radio y la televisión conforme sus intereses políticos y económicos. El resultado es que los medios están monopolizados en las manos de grandes conglomerados. En el campo de la prensa escrita, hay libertad de creación de vehículos, pero los principales

periódicos y revistas también son producidos por grande grupos empresariales del País.

2.2.8. El surgimiento de la FM

Con la pérdida de prestigio del vehículo en la década de 60, provocada en parte por el advenimiento de la TV – que pasa a disputar parcelas significativas del pastel publicitario – y también por la caída en el padrón de calidad técnica de las AMs, el medio radio vivió un período de estancamiento. La situación molestaba a la mayoría de los empresarios, acostumbrados a obtener ganancias con las estrategias gerenciales intuitivas de antes, que garantizaban el éxito de aquellas emisoras.

Determinada a ocupar nuevamente un lugar de destaque entre los medios de comunicación de masa, la radio incorpora una serie de innovaciones tecnológicas, entre las cuales el transistor y la Frecuencia Modulada (FM).

Con el transistor, el aparato receptor de radio adquiere movilidad. Volviéndose independiente de la electricidad, su tamaño se torna cada vez más reducido y su precio más accesible. La radio fue poco a poco dejando de ser un mueble de la sala, alrededor del cual la familia se reunía, para ser un compañero inseparable del oyente. Si de un lado la radio perdió su "centralidad", observa Castells (1999: 355), por otro, "ganó en penetrabilidad y flexibilidad" y se volvió un aparato individualizado, característica resaltada por McLuhan:

> "Con la TV, la radio se volvió a las necesidades individuales del pueblo, en diferentes horas del día, bien en sintonía con la multiplicidad de aparatos receptores en las habitaciones, baños, cocinas, coches y - ahora - bolsillos. Programaciones diferentes para atender a las más diversas actividades. La radio, que antes fue una forma de audiencia grupal que llenaba las iglesias, se orientó al uso personal e individual. El adolescente se aleja de la TV grupal para su radio particular" (1995: 344).

A pesar de haber sido patentado por "Edwin Armstrong[26] (1890 - 1954) en el año de 1933" (Sartori, 1987: 237), o sistema de transmisión por Frecuencia Modulada, sólo fue explorado comercialmente, desde la década de 70, primero en Estados Unidos, después en Europa y América Latina. La Frecuencia Modulada se caracteriza por la transmisión de señales electromagnéticas a través de la modulación de la frecuencia de las ondas; variando entre 88 y 108 MHz, recepción estereofónica, sujeta a pequeñas interferencias y área de cobertura limitada.

En Brasil, la Frecuencia Modulada se desarrolló de forma muy semejante a la de Estados Unidos, país que suministró a los radiodifusores brasileños todo el "*know-how*" y equipos necesarios para operar en el sistema.

En la década de 50, la Frecuencia Modulada fue utilizada como "*link*" para la radio AM, sustituyendo la línea telefónica en la conexión entre el estudio generador de la programación y el equipo transmisor. En la década de 60, la FM fue transformada en un sistema prestador de servicio, generando "música ambiente" para subscriptores, entre ellos oficinas, consultorios, establecimientos comerciales e industrias. Posteriormente, ya con el status de emisora FM, fue utilizada como estación retransmisora de la programación de AM, en una estrategia para mantener y multiplicar anunciantes. El cliente anunciaba en la radio AM y, como bonificación, "ganaba" la retransmisión por FM.

Según nos cuenta Del Bianco (1996: 45),

> "hasta mediados de la década de 70, la radio FM, por diversos factores, no tenía penetración popular significativa. El primero de ellos estaba relacionado a la mentalidad de los empresarios de la comunicación, que consideraban desventajoso invertir en la creación de emisoras en una frecuencia de alcance

---

[26] Ingeniero electricista e inventor norteamericano, nacido en la ciudad de New York. Estudió electromecánica bajo la dirección de Michael I. Pupin en la Universidad de Columbia y ya antes de graduarse (1913) había inventado un circuito regenerador que desplazó al receptor de galena. En 1918 Armstrong proyectó el circuito superheterodino, básico para receptores AM (moduladores de amplitud). En 1920 inventó el circuito super-regenerador, vital en los sistemas de comunicación de dos canales. Sus últimos trabajos importantes condujeron al perfeccionamiento, en 1939, de un sistema para radio exento de parásitos mediante la modulación de frecuencia (MF) en banda amplia, que ha sido utilizado principalmente para acoplar el sonido a la televisión y a las emisoras de Frecuencia Modulada. (Andrés y José Manuel Salillas; http://www.weblandia.com/radio/init-e.htm).

territorial limitado y, consecuentemente, de público bastante reducido para las calidades de la época, establecidos con base en emisoras de penetración nacional".

Otro factor determinante era la carencia de aparatos receptores a precios accesibles al gran público y que captasen las dos frecuencias. Los aparatos disponibles eran importados y caros. Y, por fin, el estilo de programación de las pocas emisoras FM instaladas en la época, que no atraía a los oyentes. Era insípida en cuanto a la selección musical, y su estilo de locución, una invitación a buenas horas de sueño (Del Bianco, 1993: 79).

Uno de los factores significativos para el cambio de opinión de los radiodifusores, sin embargo, fue la política gubernamental de distribución de concesiones de FM. La frecuencia solamente ganó empuje porque hubo acción deliberada del gobierno militar en el sentido de definir estrategias para distribución de concesiones y permisos de canales y de estímulo a la reactivación de la industria nacional de equipos. La FM habría fracasado en Brasil si la industria no hubiese contribuído con la producción de aparatos transmisores y receptores más baratos.

En Brasil, la Frecuencia Modulada como *mass media* empezó a surgir en 1968, cuando el Ministerio de las Comunicaciones canceló todas las concesiones, para una posterior redistribución, prohibiendo su uso como link y proponiendo a los empresarios hacer link a través de VHF, "obligándolos a mantener una programación exclusiva para FM" (Moreira, 1991: 43). La acción gubernamental, sin embargo, fue orientada por objetivos políticos. La FM formaba parte de una estrategia de interiorización de la radiodifusión. El alcance reducido de sus ondas posibilitaba instalación de emisoras en todos los municipios, principalmente en las áreas de "silencio", aquéllas no alcanzadas por las AMs con potencia inferior a 2 KW. Con la medida, el gobierno podía combatir la libre penetración de emisoras extranjeras en el país, que se volviera una amenaza a la estabilidad política en la década de 70. Esas emisoras conquistaban parcela significativa del público cansado de lo mismo y del marasmo de la programación de las AMs.

No hay registro que posibilite la identificación, con seguridad, de la primera emisora de Frecuencia Modulada brasileña a operar con características de medios de comunicación de masa, o sea, con grade de programación propia, modo de comunicación y comercialización de espacios. Los principales informes nos remiten a 1970, cuando la Difusora FM de São Paulo colocó en el aire una programación dirigida al público joven, basada en la música y en la comunicación informal. La investigadora Gisela Ortriwano (1985: 23) levanta esa posibilidad, resaltando sin embargo la existencia de los que "se rebelan contra la primacía de la Difusora en ese sector, una vez que la Radio Eldorado de São Paulo, cuando fue fundada, en 1958, transmitía en ondas medias y por cuestión de prestigio usaba también a FM para transmitir sólo música, fuera de la banda comercial". Ya el locutor y productor Fernando Mansur (1984: 35) identifica la Radio Cidade de Río de de Janeiro como siendo la primera FM a adoptar una estrategia propia de comunicación, volviéndose referencia para las demás emisoras. Observa Mansur que hasta el surgimiento de la Radio Cidade "la FM no era considerada un vehículo para publicidad". Más que una novedad tecnológica, la FM revolucionó la radio brasileña al conquistar el público joven por el nuevo estilo de programación. La precursora de esa transformación fue la Radio Cidade, fundada en Río de Janeiro en 1977. "De repente aparecía una emisora que no se limitaba a colocar tres, cuatro o cinco músicas seguidas y anunciarlas con voz impersonal. Por la primera vez en Brasil, siguiendo el estilo popularizado en las congéneres de Estados Unidos, aparecieron locutores sueltos, siempre con humor en plena forma, hábiles en combinar voces de terciopelo con la permanente electricidad en la locución[27]".

El desarrollo de la Frecuencia Modulada en Brasil ganó un nuevo empuje en 1972, cuando el Gobierno con la justificativa de "integrar y desarrollar el país", decidió invertir en la distribución de concesiones de canales de FM, estableciendo la meta de instalar 1.040 emisoras en todo el país hasta el final de la década de 70, como revela Nélia Del Bianco:

[27] A Revolução das FMs. Veja, 27.06.84, p. 84-91. En: Del Bianco, 1996: 24.

"El primer paso para la concretización de ese objetivo fue la portería nº 333, de 27 de abril de 1973, firmada por el ministro Euclides Quant de Oliveira, una especie de documento político en el cual fueron definidas algunas directrices para el servicio de radiodifusión. Entre otras directrices, el ministerio garantía que irían a merecer tratamiento prioritario los pedidos de instalación de emisoras FM en cualesquiera localidades del país, desde que los interesados atendiesen las prescripciones legales, la viabilidad económica, las finalidades de la radiodifusión, el interés nacional y las normas técnicas" (1993: 140).

El proyecto implementado desde el gobierno del Presidente Geisel, imprimió un nuevo ritmo a la radiodifusión brasileña, aunque hubiese un elevado costo ético y social. Los criterios económico y político prevalecieron sobre el social en el proceso de concesión de canales, ampliando aun más el universo de excluidos del proceso de dirección y producción de medios electrónicos de comunicación de masa, así como relata Del Bianco:

"Más que un intento tecnológico, la FM fue ampliamente usada como moneda política. Las concesiones fueron transformadas en un negocio envolviendo beneficios y privilegios" (1993: 145).

Por otro lado, la consolidación de la frecuencia modulada como *mass media*, es referencia en el ciclo de transformaciones que impulsaron el desarrollo de la radiodifusión. Mediada por las nuevas tecnologías, la radio reencontró su espacio en el mercado, como observa el investigador Eduardo Meditsch:

"Aportaron para el éxito de esta asociación de intereses varios factores tecnológicos: el desarrollo de nuevas formas de conservación, manipulación y reproducción del sonido, y el surgimiento de la Frecuencia Modulada (y, luego a continuación, del FM estéreo) para su emisión, que mejoraron la calidad de propagación musical disminuyendo sus costos. Y, por otro lado, la sustitución de las válvulas en los aparatos receptores por los transistores, que revolucionaron la recepción, tornando la radio efectivamente portátil. El aumento del número de emisoras, con la nueva banda de frecuencias, y la multiplicación de los receptores, cada vez más simples y baratos, abrió el camino para la segmentación de la audiencia" (1996: 13).

Determinadas a adecuarse al perfil del público y ofreciendo como principal atracción la música, transmitida casi sin interrupción y en estéreo, con

calidad sonora superior al de la radio AM, las emisoras FMs conquistaron primeramente el público joven. Ese hecho ocurrió, principalmente, en función de que las emisoras AMs priorizaban una programación popular y la información, con las cuales el joven no se identificaba y por la habilidad de las emisoras FMs "en combinar intereses y coser música y locución en un discurso siempre alegre y ritmado" (Neves, 1985: 38).

La verdad es que, poco a poco, el cambio fue percibido y asimilado por los empresarios. Según relata Del Bianco (1996: 66) "ellos (los empresarios de la radio) se adaptaron y se actualizaron, lo que provocó una definición de segmentos: las AMs poniéndose más ligadas a la comunidad, a la prestación de servicio, mientras el segmento musical se ajustaba más con las emisoras FMs". Las innovaciones tecnológicas que surgen al final de los años 80 y en la década de 90, siguiendo la dirección de crecimiento estimulado por el surgimiento de la FM, van a proporcionar un nuevo posicionamiento de una parcela significativa del empresariado: la adopción de un tipo de dirección más racional, bien al estilo del *manager* relatado arriba por Cardoso. La consolidación de la radio FM como medio de comunicación ocurrió de forma rápida, aunque marcada por críticas, en su trayectoria, entre las cuales la de ser un "*vitrolão*", privilegiar la "música extranjera" (norteamericana), no tener interacción con el oyente y por la postura agresiva de las estrategias comerciales.

Al analizar el crecimiento de la radio FM en Brasil, Nélia Del Bianco (1996: 5) constató que el joven trajo "incentivo comercial para la radio". Revela la autora que "al inicio de la década de 80, las FMs pasaron a recibir 80% de los recursos publicitarios de las agencias destinadas a la radio".

Motivados por los buenos resultados, buscando atender al oyente cada vez más exigente y ampliar su participación en el mercado, los concesionarios de emisoras FM invirtieron en la segmentación de la programación. Implementado con éxito entre las radios norteamericanas y europeas, el proceso de segmentación procura establecer una relación de identificación y complicidad entre la emisora y el público, formateando la programación en función del "*target*".

> "Como oyentes diferentes gustan de músicas e informaciones diferentes, la inclinación es que haya un acelerado proceso de segmentación de las radios, cada cual buscando satisfacer una necesidad específica del público".[28]

La estrategia de segmentar para atender mejor el mercado, es una inclinación de la industria cultural. Se trata, según el sociólogo Gabriel Cohn[29] de una diferenciación programada en términos de organización interna, diferenciación que va promoviendo la especialización tanto del emisor como del receptor. Una emisora que hace opción por la música sertaneja[30], por ejemplo, opera con profesionales especializados en el sertanejo, adopta el estilo de comunicación compatible con el estilo sertanejo, promueve acciones de marketing dirigidas para el público sertanejo. Consecuentemente va a atender mejor al oyente sertanejo y posibilitar al anunciante, cuyo producto es dirigido a este segmento, un retorno más rápido de la inversión publicitaria. La inclinación del receptor, en razón de eso, es identificarse con la emisora. De esa forma, las grandes emisoras tienden a subdividirse en varios vehículos eficaces, diferenciados, creando vínculos, cada vez más sólidos, con segmentos específicos.

Al segmentar, fragmentar forma y contenido, la radio es sometida al proceso de apropiación, posibilitando a los concesionarios un mayor control sobre el medio. La opción preferencial por el entretenimiento, coloca en segundo plano la información, prestación de servicio y la educación. La radio FM se consolida como un medio de entretenimiento, con características globalizadas. La radio AM (el segmento que resiste al contenido religioso) apuesta en la combinación de información, servicio y entretenimiento, en el mantenimiento de credibilidad y audiencia.

En los últimos años, las emisoras de FM se han multiplicado, retornando a un número significativo en todo el País, siendo responsables por una verdadera transformación en la radio. Empieza a acentuarse la especialización de las emisoras, buscando cada una de ellas un público específico. Al inicio todas eran orientadas a la programación exclusivamente musical. Ahora un

[28] ONDAS renovadas. Revista Veja, São Paulo, n. 19, edição 1.130, p.70, 16 maio 1990. En: Santiago, 2002.
[29] En: Vieira, 1979.
[30] Sertanejo o Sertaneja: Un estilo de música popular brasileña.

grupo de emisoras empieza a dar énfasis a la programación más "hablada", buscando reencontrar el diálogo con el público. La radio brasileña se distanció del jurista, aproximándose a un ideario muy simple: más facturación con menos gasto.

Otra nueva forma de radio que asciende cada día mas en Brasil es la radio periodística. En opinión de Luciano Klockner (2001: 160), "las radios periodísticas y de servicio están aportando para un nuevo tipo de oyente: el oyente-hablante, el oyente ciudadano. La ciudadanía es la capacidad de organizarse comunitariamente e influir, tomar parte". Según Octavio Ianni (1996: 225): "si hay el vaciamiento ideológico y partidario de la sociedad pos moderna, existe el suscitar de una especie de conciencia colectiva en los cuatro rincones del mundo donde vivimos en un nido ecológico, la Tierra, que tiene fauna, flora, agua, aire y subsuelo, y pasa a interesarnos colectivamente, no importa en qué lugar del mundo yo esté".

La radio servicio está en la génesis del propio periodismo, que, en la definición de Luiz Beltrão (1996: 27), "es la divulgación de ideas, situaciones y hechos actuales, pero interpretados a la luz del interés colectivo y transmitidos periódicamente a la sociedad, con el objetivo de difundir conocimientos y orientar la opinión pública, en el sentido de promover el bien común" (Klockner, 2001: 151).

2.2.9. La evolución del consumo radiofónico

La radio marca presencia en todo el territorio nacional. Son 4.305 emisoras regularmente autorizadas funcionando y cerca de 40 mil radios "piratas[31]" que transmiten sin la autorización oficial. Como puede ser observado en la *Tabla 03*, las emisoras de Frecuencia Modulada son la mayoría.

[31] Que por diversas veces se dicen "comunitarias", pero no esta reglamentadas, o sea, no tienen licencia para funcionar. Pero de este tema hablaremos más adelante.

Tabla 04

Emisoras de Rádio en Brasil - Cuadro General	
Emissoras	**Total**
AM - Ondas Médias ("Amplitude Modulada")	1.551
FM - Freqüência Modulada (inclui rádios comunitárias)	2.620
OT - Ondas Tropicais	73
OC - Ondas Curtas	61

Fuente: ANATEL - 2003

Tabla 05

Cuantidades de emisoras de Radio (Sin contar las radios comunitarias)	
Regiones	**Número de emisoras**
Norte	248
Nordeste	878
Centro-oeste	396
Sur	907
Sudeste	1391
Total Brasil	3.820

Fuente: Abert 2004

Tabla 06

Porcentual de emisoras de radio por regiones	
Norte	6%
Nordeste	23%
Centro-oeste	10%
Sur	24%
Sudeste	37%

Fuente: Abert 2004

Presente en todos los momentos de la vida del brasileño, el medio radio es el preferido por el público durante el día. Encuestas realizada por el Instituto Datafolha en la Grande São Paulo, divulgada en diciembre de 1993, reveló que la radio lidera la audiencia por un período de 13 horas - de las 5h a las 18h, contra apenas 6 horas de liderazgo ejercido por la televisión - de las 18h a las

24h.[32]. Según la encuesta, entre 5h y 18h, la radio cuenta con la audiencia de 1,5 millón de oyentes por minuto, contra 700 mil telespectadores de la televisión. La televisión, a su turno, es el medio preferido de los brasileños en el período de la noche.

> "El público de la televisión empieza a superar al de la radio solamente desde las 18h. La ventaja se consolida pocos minutos después y alcanza el pico de las 20h a las 22h, banda que el mercado publicitario y las propias emisoras bautizaron de "noble". Es el período en el que la televisión contabiliza cerca de 5 millones de telespectadores por minuto en la Grande São Paulo y la radio tiene una media de 800 mil oyentes por minuto. La diferencia pro-TV se mantiene hasta las 24h, pero en proporciones menores" (*Folha de São Paulo*, 1993).

La supremacía de la radio sobre la televisión, durante el día, fue comprobada en la Gran São Paulo. En el interior del Estado de São Paulo, cómo será esa relación? Es cuestión que aún permanece sin respuesta, en la dependencia de una investigación de audiencia. Sin embargo, existe la hipótesis de que el posicionamiento tanto de la radio, cuanto de la TV, en el interior, sea semejante al medido en la Grande São Paulo por el Datafolha, o más favorable aun a la radio, por ser un medio de comunicación local, con mayor presencia en los centros considerados menores. Como no hay encuesta disponibilizada sobre esta relación de audiencia, permanece ese posicionamiento empírico, reforzado por una declaración de Mário Luís Barbato, director general del Sistema Globo de Radio. En entrevista al periódico *Folha de São Paulo*, después de revelar que "las encuestas internas encargadas por la empresa en la que trabaja ya habían constatado la superioridad de audiencia de la radio sobre la TV en la mayor parte del día", Barbato afirmó que "la superioridad de la radio sobre la TV crece aún más en el interior, lejos de los grandes centros."[33]

---

[32] RÁDIO lidera audiência durante o dia. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 15 dez. 1993. Caderno 5, p.1

[33] "Supremacia do rádio cresce no interior, diz diretor da Globo". *Folha de São Paulo*, São Paulo, 17 dez.1993. Caderno 5, p. 7.

Tabla 07

Tiempo medio dedicado por el público a cada medio de comunicación	
Radio	3h 45min
TV	3h 24min
Periódico	57 min.
Revista	54 min.

Fuente: Instituto brasileiro de opinião publica e estatística – 1995 (Ferrareto, 2001: 45)

Éstos cuatro medios tradicionales ganan, en la segunda mitad de los años 90, dos nuevos competidores: la TV paga y la Internet.

Datos de Sonia Virginia Moreira (2001: 15) nos informan que en 1998, la radio estaba presente en más de 40 millones de domicilios brasileños, con mayor concentración en la región sudeste (18,273 millones), seguida del Nordeste (8,802 millones), de la región Sur (6,653 millones), del Centro Oeste (2,622 millones) y de la región Norte (2,050 millones). Datos comparativos con otros países mostraban que, a pesar de la gran diferencia del número de estaciones con relación a Estados Unidos, Brasil continuaba como el segundo mercado de radio del mundo[34].

> "En 1999, estimativas del sector privado sobre la constitución del cuadro brasileño de radio apuntaban que 45% de las emisoras pertenecían a políticos, 25% a sectas evangélicas, 10% a la Iglesia Católica y 20% a emisoras comerciales independientes. En éste que es el segundo mayor mercado de radio del mundo, 70% de los propietarios viene de otros sectores, en especial el político y el religiosos, con fuentes propias de financiación, lo que distorsiona el poder de competición de los medios. (…) Hace décadas que la radio ocupa el liderazgo al competir con la TV en el horario de las 6h a las 10h (62%, contra 21% de la TV y 30% del periódico); de las 10h a las 14h (57%, contra 38% de la TV y 22% del periódico), conforme índices ofrecidos por Toledo y Asociados. (…) Eso contando apenas los domicilios: la investigación no tiene en cuenta el coche ni el trabajo*"* (2001: 15-16).

[34] Grupo de Mídia: Mídia Dados 98. "Projeção de domicílios com rádio". São Paulo, 1998. En Moreira, 2001: 15.

El desarrollo de los medios de comunicación electrónicos brasileños puede ser comprobado en los números suministrados por la Anatel, según la cual existen, actualmente, en Brasil, 10.278 estaciones de radiodifusión activadas. Además de los números podemos comprobar el alto nivel de la radiodifusión brasileña, cuando observamos la exportación de nuestras novelas para todos los continentes y verificamos que la TV brasileña posee una de las mayores redes del mundo.

La radiodifusión evoluciona bastante no sólo en Brasil, sino en todo el mundo. En lo que tañe a la implantación de los servicios de radiodifusión en Brasil, entre muchos, dos nombres se destacan: Roquette Pinto (radiodifusión sonora) y Assis Chateaubriand (radiodifusión de sonidos e imágenes). Para Sardinha (2004: 62) “la radiodifusión brasileña debe mucho al pionerismo, al coraje y al gusto de esos dos ilustres que plantaron las bases de la radiodifusión en nuestro país”.

En varios segmentos de la economía, los momentos de crisis son encarados también como oportunidades prometedoras, y, en lo tocante a la radio, muchos profesionales están movilizándose en el sentido de estimular la adopción de nuevos procedimientos con relación a los aspectos comerciales del medio. Además de pronosticar estrategias que lleven a la venta de espacios publicitarios, existe actualmente una atención mayor para la potencial relación con el anunciante, visando el mantenimiento de clientes para la emisora[35].

Estadísticas, de cierta forma animadoras, muestran una buena presencia de la radio en la vida de las personas, que a pesar de ser expresiva, es poco divulgada. El número de domicilios con radio en Brasil creció 18%, de 1993 a 1997, mientras la población creció 5% y los domicilios 10% en el mismo período[36]. Hoy, 95,6% de los domicilios brasileños poseen aparato de radio según divulgó el Ibope en 2004[37]. Se suma a eso la enorme cantidad de automóviles en tránsito equipados con radio y los *walkmans*. Con datos como

---

[35] Dotto, Claudio Arpagaus. *Atividades de Marketing das Rádios FM Paulistanas: Um Estudo Exploratório*. São Bernardo do Campo: Dissertação (Mestrado), UMESP, 1998. p.41. En: Jesus, 1999: 13.

[36] Fuente: IBGE/BRASIL en FOCO. 1997/ Target.

[37] ABERT – Cartilha do 23º congresso Brasileiro da Radiodifusão. Brasilia 17 a 19 de maio de 2005.

éste, empezamos a observar la fuerza que posee el medio radio en este país de proporciones gigantescas.

Según nos cuenta Magnoni (2001: 41) “Brasil tiene cerca de 115 millones de radio-oyentes; unos 85 millones de telespectadores y como máximo 8 millones de lectores de periódicos y revistas. En un país de analfabetos y poca lectura, la radio se constituye en el mejor y más barato medio de información. (...) Encuestas nos informan que sólo en los últimos diez años fueron vendidos 90 millones de receptores de radio. (...) Poca lectura y buen oído; de allí mucha gente pegada en la radio”.

La radio está presente en casa, en el coche, en el trabajo, en el ocio, alcanzando diversos públicos con diferentes programaciones. Nueve entre diez personas oyen radio.

> “La radio, en Brasil, aunque sea sintonizada por la mayoría de la población, atiende fundamentalmente a la gran parcela empobrecida. La radio habla para la masa suburbana de origen rural o interiorana, cuya cultura de predominio oral tiene en él el nexo con la cultura simbólica de las grandes ciudades. La radio es el fugaz medio de contacto de los analfabetos funcionales (los numerosos semi-alfabetizados egresos del precario sistemas escolar público) con la cultura letrada dominante. Es el único medio eficaz de entretenimiento e información para los pobres. Como la radio habla mucho más para los que no tienen dinero, quizá sea ésa una de las razones para la despreocupación de sus dueños con la mala calidad de sus programas, la baja calificación de sus profesionales y su desfasaje tecnológico con relación a otros medios” (Magnoni, 2001: 46).

Tabla 08

Domicilios	
Total	50.179.641
Urbanos	41.932.033
Rurales	8.237.836

Fuente: IBGE

El Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística (Ibope) divulgó recientemente que un 75% de las personas con más de 15 años no saben leer ni escribir correctamente. En este porcentual están incluidos los analfabetos absolutos y los considerados analfabetos funcionales, que suman 68%. Según el Instituto Paulo Montenegro, brazo social del Ibope, el número de jóvenes y adultos considerados analfabetos funcionales es prácticamente el mismo de cuatro años atrás.

Según la investigación, el número de personas que está en el grupo de nivel 2 de analfabetismo creció, pasando del 34% para 38%. Este grupo es formado por personas que son capaces de leer textos cortos y localizan apenas algunas informaciones explícitas.

El llamado nivel rudimentario (nivel 1), que incluye personas que tienen la capacidad de leer títulos y frases aisladas, se mantuvo en el mismo porcentual de los otros años, del 30%. Los brasileños que presentan plena habilidad de lectura y escritura suman 26%. La encuesta fue hecha en todo el País con 2002 personas de 15 a 64 años, por medio de testes y un cuestionario[38].

Estos datos son muy importantes para comprender por qué muchos quieren tener una licencia para emitir en Brasil. Tener un medio de comunicación electrónico, como una emisora de radio o televisión, significa tener mucho poder de penetración en la población brasileña.

Segmentando la audiencia de acuerdo con el estilo de la programación musical y el formato del periodismo desde el inicio de los años 90, la radio minimizó, de forma considerable, el desperdicio de dinero de sus anunciantes, ya que desde esta nueva postura de un medio masivo las agencias podrían indicar emisoras con público-blanco mejor definido. Hoy, son raras las radios FM que dirigen la programación para un público de diversas fajas de edad, clases socio-económicas y, principalmente, diferentes perfiles psicográficos, afirma Jesus (1999: 15). Esta comunicación segmentada quizá haya sido el primer paso para reconquistar la atención de los publicitarios, pero no llegó a

[38] Folha de S. Paulo, 9 de setembro de 2005.

combatir la indiferencia de los anunciantes de gran porte, que recurren al vehículo con más frecuencia en lanzamientos de campañas, y, así mismo, con pocos casos en los que se crean piezas que se valen de las especificidades de la radio.

Otra gran ventaja de la radio en un país subdesarrollado económicamente como Brasil es que este medio no corre el riesgo de perder oyentes a causa de la recesión, ya que es gratuito, al contrario de la revista, del periódico y de las TVs pagas.

Para Carlos Eduardo Esch (1999: 69), "la radio juntamente con la televisión, llega al final del siglo como el vehiculo de mayor audiencia y penetración en las capas populares que componen el universo de sus oyentes. Las transmisiones de las emisoras brasileñas alcanzan más del 90% de la población, que mantiene el hábito diario de las audiciones radiofónicas. En cada diez brasileños, nueve oyen radio".

Para Silveira (2001: 262), es por cuenta de esa penetración en las camadas mas pobres de la sociedad brasileña que existe una dominación política por parte de una minoría económicamente poderosa que Brasil, ya con 500 años, siendo 112 de república, solo tuvo, hasta ahora, 30 años de democracia, y de democracia plena solamente 17 años. Explico mejor: En la República Vieja (1889 a 1930), dominaba la política del "café con leche", por la cual, desde la institución de la política de verificación de poderes, había un acuerdo entre las elites políticas de São Paulo y Minas Gerais, en el sentido del reemplazamiento en la elección del presidente de la república: un mandato para un paulista y el siguiente para un minero. Esa política fue llamada "de los coroneles", pues prestigiaba oligarquías regionales.

> "De 1930 a 1945, Brasil vivió bajo la Dictadura Vargas y su Estado Nuevo. Entre 1946 y 1963, hubo un pequeño vislumbre de democracia, no obstante el dominio oligárquico en el Congreso Nacional, de que da muestra la elaboración de la Constitución de 1946 por un grupo de "notables". El 31.03.1964, irrumpió el Golpe Militar, desnudándose como dictadura desde la edición del AI-5/68, que dominó el país hasta 1985. A partir de allí, las fuerzas democráticas se agruparon, dando vida a la Constitución de 1988, la única realmente democrática que el país jamás tuvo" (Silveira, 2001: 262).

Así, en 500 años de existencia, Brasil tuvo apenas 35 años de democracia real: el período que media entre 1946 y 1963 (17 años) y de 1988 a 2006 (18 años). “Nada a conmemorar, por lo tanto, en la arena política, lo cual repercute, gravemente en la economía del país” (2001: 262)

El autor continúa diciendo que si se considera la dimensión continental de nuestro país, es fácil concluir los motivos de la alienación política del pueblo y su natural sujeción a los dueños del poder: ignorancia y falta de información. Para el Juez Silveira, la manera “de romper esos grilletes, que traen consigo los signos de la miseria y de las indigencias física y espiritual, se destinan las radios comunitarias”. Muy optimista me parece la opinión de este autor, ya que en mi opinión el primer paso para la solución de este problema sería la inversión en la educación del pueblo brasileño.

En emisoras de pequeño porte, en general en las ciudades del interior, el profesionalismo apenas es encontrado, aun siguiendo los padrones de procedimiento más comunes en los centros urbanos. La infraestructura técnica, según nos relata Jesus (1999: 16) en general, es bien restricta, apenas con lo suficiente para mantener la radio en el aire. Los locutores normalmente no tienen formación específica y, muchas veces, asumen también el papel de noticiaristas. Los técnicos de grabación no son bien preparados (casi siempre prácticos, aprenden a usar el equipo en su manoseo diario), pues aprendieron todo lo que saben en la rutina de un cotidiano semi-profesional y sin reciclaje de conocimiento sobre las nuevas tecnologías. Pocas son las emisoras que invierten en sus empleados con cursos de capacitación, reciclaje o exposiciones de perfeccionamiento. Todo eso, sin mencionar las emisoras que se rinden a las redes sólo porque no consiguen lucro a través de los contratos simplistas que firman con los anunciantes locales.

Cuando es la vez de los factores económicos ser presentados como causa del contexto crítico en el que una emisora se encuentra, la salida, muchas veces, es la *permuta* o el *jabá*, históricamente bien conocidos en medio. En la primera hipótesis, el anunciante no paga la vehiculación, “comprándola” con dinero, sino con mercancías para la radio, para los empleados de esta, o inclusive para uso particular del propietario de la emisora.

Hay que recordar que este anunciante, en vía de regla, es captado por un "vendedor" de la radio, cuyos procedimientos en nada se asemejan a los profesionales de servicio de las agencias de publicidad; son los llamados "contactos". En el caso del *jabá*, ocurre el pago de un dinero, que la grabadora ofrece a la radio para que una determinada música sea tocada en la programación un elevado número de veces; en general, arriba de la media de frecuencia alcanzada por músicas que no contaron con tal pago por detrás de su repetida ejecución.

Congresos y eventos diseminados por todo el Brasil también han aportado para la dinámica de las discusiones acerca de temas relevantes para el porvenir de la radio, incentivando, paralelamente, la constante profesionalización de la mano de obra de los profesionales que se relacionan con el vehículo.

A ejemplo de las constantes iniciativas de entidades como el Grupo de Medios de comunicación de São Paulo y el Grupo Mineiro de Radio, surgen premiaciones con el objetivo de estimular la creatividad de la propaganda vehiculada en el medio y homenajear los mejores trabajos desarrollados por anunciantes, agencias y productoras. Eso además de varios encuentros de las asociaciones estaduales y el último encuentro de la ABERT en Brasília en el mes de mayo de 2005, que reunió un gran número de radiodifusores y todo el Brasil discutiendo sobre varias temas, siendo uno de los temas principales las radios comunitarias y clandestinas en Brasil. Toda esa movilización se hace necesaria para rescatar los reales atributos de este medio de comunicación de importancia histórica en la creación de la industria cultural en el siglo XX, y precursor de la cultura publicitaria, otrora exclusividad de los medios de comunicación impresos, aplicada a los medios de comunicación electrónicos, se encuentra en pleno curso: cualquier movimiento a nuestro alrededor tiene la gran oportunidad de ser registrado como inicio de un nuevo camino para la trayectoria de la radio brasileña.

2.3. La regulación del sistema radiofónico

2.3.1. La Radio Educativa

La radiodifusión educativa es el servicio de radiodifusión sonora (radio) o de sonidos e imágenes (TV) destinado a la transmisión de programas educativo-culturales, que, además de actuar en conjunto con los sistemas de enseñanza de cualquier nivel o modalidad, procure la educación básica y superior, la educación permanente y formación para el trabajo, además de abarcar las actividades de divulgación educacional, cultural, pedagógica y de orientación profesional.

Pueden pleitear el otorgamiento para ejecución de servicios de radiodifusión con fines exclusivamente educativos las personas jurídicas de derecho público interno, incluso universidades, y fundaciones instituidas por particulares y demás universidades brasileñas.

Caso exista un canal en el Plan Básico de Distribución de Canales, destinado a uno de los servicios de radiodifusión educativa en el municipio de la interesada, es necesario que ésta encamine petición al Ministerio de las Comunicaciones. Caso no exista ningún canal en el Plan, deberá ella demostrar viabilidad técnica del canal.

Actualmente, según dados de la ANATEL, existen 370 emisoras de radio educativas en Brasil.

Para Silveira (2001: 135) "la radio educativa es una modalidad de radiodifusión común, calificada por el hecho de, teniendo en vista su finalidad precipua (educacional), envolver el Ministerio de la Educación en el acto de su autorización".

Por lo tanto, el acto que autoriza el funcionamiento de una radio educativa es un acto administrativo complejo, pues depende de la conjugación de la

voluntad de dos órganos: los Ministerios de la Educación y de las Comunicaciones.

2.3.2. La Radio Comunitaria

El servicio de radiodifusión comunitaria brasileño fue creado por la Ley 9.612, de 1998, reglamentada por el Decreto 2.615 del mismo año. Se trata de radiodifusión sonora, en frecuencia modulada (FM), de baja potencia (25 watts) y cobertura restricta a un radio de 1km desde la antena transmisora. Pueden explotar ese servicio solamente asociaciones y fundaciones comunitarias sin fines lucrativos, con sede en la localidad de la prestación del servicio. Las estaciones de radio comunitarias deben tener una programación pluralista, sin cualquier tipo de censura, y debe ser abierta a la expresión de todos los habitantes de la región pretendida.

Para el primer paso necesario a la habilitación de emisoras de radiodifusión comunitaria, las entidades competentes para pleitear tal servicio, asociaciones comunitarias y fundaciones también con esa finalidad, ambas sin fines lucrativos, deberán hacer constar en sus respectivos estatutos el objetivo 'Ejecutar el Servicio de Radiodifusión Comunitaria'.

Después de hecho el catastro de la interesada junto al MC, desde la demostración de interés, debe ser aguardada la publicación en el Diario Oficial de la Unión de los "Anuncios de Habilitación", en los cuales habrá una lista de municipios habilitados a la prestación del Servicio de Radiodifusión Comunitaria. Después de recibidos los documentos de todas las entidades candidatas, el Ministerio iniciará el análisis de los procesos.

Los profesionales de la Secretaría de Servicios de Comunicaciones Electrónica (SSCE) confieren si hubo el cumplimiento de las exigencias legales

por parte de las entidades interesadas y verifican los documentos relacionados para el otorgamiento del Servicio de Radiodifusión Comunitaria.

Más detalles sobre las radios comunitarias, veremos en el capitulo 4.

2.3.3. La Radiodifusión Comercial

Basándonos primeramente en la legislación brasileña, podemos conceptuar telecomunicación[39] como:

> Art. 60. Servicio de telecomunicaciones es el conjunto de actividades que posibilita la oferta de telecomunicación.
>
> § 1° Telecomunicación es la transmisión, emisión o recepción, por hilo, radioelectricidad, medios ópticos o cualquier otro proceso electromagnético, de símbolos, caracteres, señales, escritos, imágenes, sonidos o informaciones de cualquier naturaleza.

En cuanto a la radiodifusión el CBT – Ley N. 4.117/62 – dispone:

> Art. 6º En cuanto a los fines a que se destinan, las telecomunicaciones así se clasifican:
>
> (...)
>
> d) SERVICIO DE RADIODIFUSIÓN, destinado a ser recibido directa y libremente por el público en general, comprendiendo radiodifusión sonora y televisión;

Ya para Domingos Poty Chabalgoity (2001: 56), radiodifusión es así conceptuada:

> “Modalidad de telecomunicación que irradia programas con finalidades educativas, artísticas, culturales e informativas (noticiosos, entrevistas, comentarios, entretenimiento, publicidad, avisos y asuntos de utilidad pública,

---

[39] LGT, Ley N. 9.572/97.

entre otros) a ser libremente recibidas por el público en general. Puede ser sonora o de sonidos e imágenes".

Nos informa Sardinha (2004: 39) que la palabra comunicación es más amplia y abarca las demás: telecomunicación y radiodifusión. A su turno, la palabra telecomunicación engloba la radiodifusión, más específica, en la cual identificamos dos servicios: el de radio y el de televisión.

En cuanto a la radiodifusión sonora – radio -, hay explotación del servicio con fines lucrativos, radios comerciales, otorgadas mediante edital de licitación; la radio educativa, otorgada a entidades sin fines lucrativos, sin licitación, no teniendo carácter comercial; y la exploración del servicio comunitario que, por la definición del art. 1º de la ley N. 9.612, de 19 de febrero de 1998, reglamentada nexo Decreto N. 2.615, de 3 de junio de 1998.

Según la legislación brasileña, son considerados servicios de radiodifusión comercial las siguientes modalidades:

• TV

• RTV

• Radio

• AM

• Ondas Medias

• Ondas Tropicales

• Ondas Curtas

• FM

Hay dos modos de conceder el otorgamiento de servicio de radiodifusión sonora y de sonidos e imágenes (televisión): permiso y concesión. El permiso es utilizado para el otorgamiento de servicios de radiodifusión de carácter local y es firmado por el Ministro de las Comunicaciones. Ya la concesión es

utilizada para el otorgamiento de servicios de carácter regional y es de responsabilidad del Presidente de la República.

Son competentes para utilizar el servicio de radiodifusión comercial:

• Con preferencia establecida en ley, la Unión Federal, los Estados, los Municipios y las Universidades Públicas.

• Sin ningún tipo de preferencia, las sociedades por acciones nominativas o por cuotas de responsabilidad limitada, constituidas bajo la égida de la legislación brasileña; las universidades particulares; las fundaciones particulares.

Respetada la preferencia establecida en la ley, el otorgamiento es precedido de procedimiento licitatorio que garantice la isonomía entre los participantes. El procedimiento debe ser iniciado por el Ministerio de las Comunicaciones, de oficio, o por la acción de entidad interesada en prestar los servicios. La entidad que desear iniciar el proceso licitatorio debe, caso haya canal disponible en el plan de distribución de canales, someter al Ministerio un estudio que demuestre viabilidad económica de la iniciativa en la localidad en la que pretende explotar el servicio. Caso no exista canal disponible, además del estudio de viabilidad económica, es necesario también proveer un estudio de viabilidad técnica demostrando la posibilidad de inclusión de nuevo canal en el plan de distribución de canales para la localidad. Es importante resaltar que no es asegurada cualquier tipo de preferencia a la entidad que inició el proceso licitatorio. Tendrá que competir en igualdad de condiciones con todas las demás interesadas que vengan a surgir.

El próximo paso es la elaboración del edital de licitación, que queda a cargo del Ministerio de las Comunicaciones y debe observar los siguientes elementos y requisitos necesarios a la formulación de propuestas para la ejecución del servicio:

• Objeto de la Licitación.

• Valor minino del otorgamiento de concesión o permiso.

• Condiciones de pago por el otorgamiento.

Tipo y características técnicas del servicio.

• Localidad de ejecución del servicio.

• Horario de funcionamiento

• Plazo de la concesión o permiso.

• Referencia con reglamentación pertinente.

• Plazos para recibimiento de las propuestas.

• Sanciones.

• Relación de documentos exigidos para el examen de la calificación económico-financiera de la habilitación jurídica y de la regularidad fiscal.

• Cuestiones y criterios para juicio de las propuestas.

• Plazos y condiciones para interposición de recursos.

• En los casos de concesión, acta del respectivo contrato, conteniendo sus cláusulas esenciales.

2.3.4. La Radiobrás: la radio pública brasileña

En las décadas de 30 y 40, el entonces "Presidente[40]" Getúlio Vargas supo explotar muy bien el momento vivido por el país. Brasil se volvía a la industrialización y las masas urbanas comenzaban a constituirse y a presentar sus exigencias. La principal característica del período Vargas, según Noya Pinto (1986: 49), fue la de la intervención del Estado en casi todos los sectores de la vida brasileña. "Inicialmente como proyectista y coordinador, teniendo en cuenta la desorganización de la economía proveniente de la crisis de 1929,

[40] El gobierno de la época era el autoritarismo.

enseguida como participante franco en la producción, a través de obras públicas y de la creación de empresas estatales". Y, como consecuencia natural de la instalación de un Estado autoritario,"el control de la información pasó a ser rígidamente ejercido".

Como en la época la radio era el vehículo de comunicación más abarcador, por sus características propias, entre ellas la de posibilitar el acceso a analfabetos, el gobierno de Vargas trató de cercarse de una serie de dispositivos de control de la información. Entre éstos, se destacó la creación del Departamento de Prensa y Propaganda (DIP), en 1939, con el objetivo de movilizar y controlar la opinión pública. El DIP actuó fuertemente sobre la prensa escrita y la radio, contando incluso con censores dentro de las emisoras y redacciones.

Entre este dispositivo fue creado la actualmente conocida "La voz de Brasil", que está en el aire hace 70 años. El objetivo es llevar información periodística diaria, sobre todo del Poder Ejecutivo, a los más distantes puntos del país. En entrevista a la revista "Comunicação Social" de abril de 1996, Fausto Haría, responsable por la edición del programa en la época, afirma que la Voz empezó a ser vehiculada el día 22 de julio de 1935, en el gobierno Getúlio Vargas. Su primera edición fue presentada por el locutor carioca Luiz Jatobá[41].

En aquel período, se llamaba "Programa Nacional". De 1934 a 1962, era llevado al aire con el nombre de "Hora do Brasil". La transmisión obligatoria del programa por todas las emisoras de radio del país, en red nacional, se inició después de 1938 manteniéndose hasta hoy obligatoria su difusión por todas las emisoras de radio en Brasil de lunes a viernes de las 19 hasta las 20 horas. En los primeros 25 años, apenas los actos del Poder Ejecutivo eran divulgados. Este perfil editorial se alteró en 1962, cuando el Congreso Nacional pasó a integrar el noticiero. Desde aquel año, el Senado y la Cámara dividieron la segunda media hora del programa. También en 1962 ocurre el cambio de nombre, con el programa pasando a llamarse *la Voz de Brasil.*

[41] Disponible en http://www.radiobras.gov.br

En la década de 30, la generación del programa era responsabilidad del Servicio de Publicidad de la Prensa Nacional. En el fin de 1939, pasó a ser generado por el Departamento de Prensa y Propaganda (DIP).

En 1945, la generación quedó a cargo de la Agencia Nacional, órgano del Departamento Nacional de Informaciones, que sustituyó el DIP. En 1962, el noticiero oficial quedó bajo responsabilidad de la Empresa Brasileña de Noticias (EBN), que fue sustituida en 1988 por la Radiobrás. Actualmente, la Voz de Brasil es reglamentada por el Código Brasileño de Telecomunicaciones. La Abert junto con las asociaciones estaduales estudian manera de extinguir o negociar un acuerdo con el gobierno a respecto de la obligatoriedad de este programa.

Formato del actual programa:

19:00- 19:25: noticias del Poder Executivo

19:25- 19:30: noticias del Judiciario

19:30- 19:40: noticias del Senado

19:40- 20:00: noticias de la Cámara

El Gobierno muestra su preocupación con relación a la expansión y al contenido de la radiodifusión sonora, creando, en 1976, la Radiobrás – Empresa Brasileña de Radiodifusión. Por la ley que la instituyó, la Radiobrás tiene como finalidades básicas: organizar emisoras, operarlas y explotar los servicios de radiodifusión del Gobierno Federal; montar y operar su propia red de repetición y retransmisión de radiodifusión, explotando los respectivos servicios; realizar la difusión de programación educativa, producida por el órgano federal propio, bien como producir y difundir programación informativa y de recreación; promover y estimular la formación y el entrenamiento de personal especializado, necesario a las actividades de radiodifusión y prestar servicios especializados en el campo de la radiodifusión.

Vale decir que la radio pública de Brasil es muy diferente de la radio pública de España. Para empezar, en Brasil no hay una radio que cubra todo el

territorio nacional y que tenga altos índices de audiencia. Puede decirse que la radio publica, prácticamente, solo produce material e información que tienen que ver con el gobierno federal. La Agencia Brasil es responsable por la producción de las noticias vehiculadas por el sistema Radiobrás, que también es compuesto por cuatro radios (Radio Nacional AM, Radio Nacional FM, Radio Nacional de Río de Janeiro y Radio Nacional de Amazônia) y dos emisoras de televisión (TV Nacional y TV NBr).

Su misión, según información sacada de su propia página WEB (http://www.radiobras.gov.br) es ser una agencia de noticias pública, de acceso libre, de reconocida credibilidad y abordaje pluralista, volviéndose referencia ética en la cobertura de actos y hechos relacionados a gobierno, Estado y ciudadanía, por medio de la producción de contenido periodístico necesario y objetivo.

Además de eso, la Radiobrás también tiene un sitio de noticias en la Internet, la Agencia Brasil, que en verdad es una agencia de noticias gubernamentales y de interés público que tiene un gran número de accesos y pone este sitio entre los grandes sitios periodísticos de Brasil. Sus noticias son citadas y reproducidas en varios otros sitios y publicaciones periodísticas del País.

Eugênio Bucci, Presidente de la Radiobrás en el foro Ginebra 2003 por la democratización de la radio en Brasil dijo que la Radiobrás sólo existe porque existe el derecho a la información en Brasil y ese derecho no es atendido en la totalidad del territorio nacional por los medios de comunicación de mercado. Los medios de comunicación de mercado necesitan trabajar con financiación que ellos logran legítima y democráticamente del dinero de anunciantes, y en los lugares donde no hay mercado o en que el público no es considerado consumidor potencial por los grandes anunciantes, los medios de comunicación no tienen financiación para hacer reportajes. Dice él que los medios de comunicación del mercado son financiados por el anunciante y si el anunciante no encuentra o cree que no encuentra perspectiva de retorno en el

público de determinada región, él no invierte, y el periodismo es un artículo caro. Además dice Bucci[42],

> "parece que en el Brasil de hoy, reportaje es una artículo de lujo, entonces el poder público tiene que actuar (...) de forma que una empresa pública de comunicación, como la Radiobrás, debe comparecer a esos mercados y a esos sectores de la población, no como alguien que tenga la pretensión de competir con los medios de comunicación de mercado, pero como alguien que quiere complementar, que quiere ayudar a los medios de comunicación de mercado e informar al ciudadano. Pretendemos hacer que el derecho a la información oriente nuestra actividad. Eso en lo que se refiere a informaciones sobre gobierno, a informaciones de Estado y a informaciones que se refieren a la vida en sociedad, la vida nacional y muchas veces hasta la vida en el mundo".

Y finalizando su pronunciamiento hace un comentario sobre las radios comunitarias:

> "Si nosotros entendemos que la prensa nada más es que un esfuerzo de comunicación que emerge del público con destino al mismo público – ella nace de la libertad de expresión y se vuelca para el derecho a la información, es una actividad política y ciudadana por excelencia - vamos a concluir que las radios comunitarias nada más son que la versión moderna y localizada de esa vocación inicial de la prensa, de forma que es deseable que una sociedad tenga en su comunicación la opción de las radios comunitarias en su concepto genuino, no desviado". Y concluye: "Es evidente que cuando yo hablo de radios comunitarias, hablo de radios debidamente establecidas dentro de las condiciones legales vigentes".

2.4. Balance y perspectiva

La Relatoría para la Libertad de Expresión de la OEA ha señalado que los Estados miembro deben procurar la eliminación de todo tipo de medidas que discriminen al individuo de una participación plena en la vida política,

---

[42] Disponible en: http://www.radiobras.gov.br

económica, pública y social de su país. La Convención Americana sobre Derechos Humanos consagra el derecho de las personas a la no-discriminación como pilar básico en el fortalecimiento y funcionamiento de los sistemas democráticos del hemisferio[43].

La Carta de la OEA en sus artículos 33 y 44 establece:

> "la igualdad de oportunidades, la distribución equitativa de la riqueza y el ingreso, así como la plena participación de sus pueblos en las decisiones relativas a su propio desarrollo son, entre otros, objetivos básicos del desarrollo integral (…y fomenta) la incorporación y creciente participación de los sectores marginales de la población, tanto del campo como la ciudad, en la vida económica, social, cívica, cultural y política de la nación, a fin de lograr la plena integración de la comunidad nacional, la aceleración del proceso de movilidad social y la consolidación del sistema democrático".

La falta de participación equitativa impide el desarrollo de sociedades democráticas y pluralistas, exacerbando la intolerancia y la discriminación. La inclusión de todos los sectores de la sociedad en los procesos de comunicación, decisión y desarrollo es fundamental para que sus necesidades, opiniones e intereses sean contemplados en el diseño de políticas y en la toma de decisiones. En este sentido, la Corte Interamericana expresó que:

> "Dentro de una sociedad democrática es necesario que se garanticen las mayores posibilidades de circulación de noticias, ideas, opiniones, así como el más amplio acceso a la información por parte de la sociedad en su conjunto (…) Tal como está concebido en la Convención Americana, es necesario que se respete escrupulosamente el derecho de cada ser humano de expresarse libremente y el de la sociedad en su conjunto de recibir información[44]".

El derecho y respeto de la libertad de expresión se erige como instrumento que permite el intercambio libre de ideas y funciona como ente fortalecedor de los procesos democráticos, a la vez que otorga a la ciudadanía una herramienta básica de participación. La Corte Interamericana de Derechos Humanos ha dicho que:

---

[43] Véase Convención Americana sobre Derechos Humanos, Capítulo I, Obligaciones Generales: Artículo 1: Obligación de Respetar los Derechos y Capítulo II sobre Derechos Civiles y Políticos, Artículo 13: Libertad de Expresión.

[44] CIDH, Opinión Consultiva OC-5/85 Serie A, No. 5, pár. 69

> "La libertad de expresión es una piedra angular en la existencia misma de una sociedad democrática. Es indispensable para la formación de la opinión pública y para que la comunidad, a la hora de ejercer sus opciones, esté suficientemente informada. Es por eso que, es posible afirmar que una sociedad que no está bien informada, no es plenamente libre. La libertad de expresión es por lo tanto no sólo un derecho de los individuos sino de la sociedad misma[45]".

Como está explicitado en la siguiente definición de la UNESCO: "comunicación es el proceso de interacción social democrática basado en el intercambio de símbolos, mediante los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias sobre condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación. Todos tienen derecho a la comunicación con el propósito de satisfacer sus necesidades por medio de la utilización de los recursos de la comunicación. Los seres humanos se comunican con múltiples propósitos. El principal no es el ejercicio de influencia sobre el comportamiento de los otros" (Beltran, 1981: 31).

Concretamente, la participación popular en la comunicación comunitaria puede significar, en una gradación creciente: el simple envolvimiento de las personas, generalmente ocasional, en el nivel de los mensajes, o sea, dando entrevistas, advertencias, declaraciones y sugerencias o cantando, pidiendo la inserción de músicas y adhiriendo a concursos; elaborar materias (noticias, poesías, dibujos); compartir la producción global del periódico, del programa de radio etc.; tomar parte en la definición de la línea política, del contenido, de la planificación, de la edición, del manejo de equipos; compartir el proceso de la gestión de la institución comunicacional como un todo.

Peruzzo (1998: 148) comprende que las varias formas son válidas; sin embargo, "nos parece que ya no es suficiente permanecer en el ámbito del "dar voz y vez", del "dar voz a quien no tiene voz" o, aún, del "abrir los micrófonos al pueblo", tan propalado, en la última década, en el mundo de la educación popular. (...) Es preciso promover el desarrollo de formas más osadas de hacerla presente, de manera ampliada, en medios de comunicación".

---

[45] Véase CIDH, La Colegiación Obligatoria de Periodistas, Opinión Consultiva OC-5/85 Serie A, No. 5, párr. (70.)

Habrán de ser superadas, aún, prácticas llamadas de *democráticas*, pero que en el fondo se restringen a algunos liderazgos que por integrar el grupo o convivir con él, juzgan tener poder y autonomía para tratar de la comunicación a su bello-placer, de acuerdo con sus gustos e intereses, y aun así piensan estar haciendo aquello que las bases desean y necesitan.

Del lado de la producción teórica, Peruzzo considera obsoletas y superficiales constataciones como: "¡Ah! ¡El "pueblo" participa mucho! Las personas dan declaraciones y hacen denuncias, telefonean o envían cartas y billetes, con sugerencias y pedidos de música"; o, aun: "El locutor es gente de base", "ese medio de comunicación es producido por moradores del propio barrio". A veces todo eso puede hasta ser deseable, pero no es el caso de supervalorar ese tipo de participación, sin analizar críticamente las limitaciones, distorsiones y manipulaciones que pueden ocurrir.

Conforme Smith (1996: 81), desde su inicio, el fenómeno de las telecomunicaciones se vio obligado a soportar el pesado fardo de las predicciones, tanto de aficionados cuanto de profesionales. Y, según el autor, las previsiones no siempre acertaron, desde que surgió el telégrafo, pasando por la radio, el cine, la televisión, hasta las actuales tecnologías. En realidad, "el potencial de los nuevos sistemas de comunicación casi siempre parece dirigido a la recuperación. Las predicciones tecnológicas vienen relacionadas con la nostalgia, con el miedo y los sueños". Para el autor, "miramos hacia adelante, con relación a los cambios tecnológicos, pero siempre a través del filtro de los cambios sociales que solamente se hacen visibles en retrospectiva".

De cualquier forma, los pronósticos más útiles que se pueden hacer sobre las tecnologías de la comunicación "son los que nacen de la continuidad histórica más que de las simples extrapolaciones del potencial momentáneo actual". Y, aún conforme Smith, aun la eliminación de la distancia en el transporte de la información, debido al uso de los satélites, no altera la lealtad geográfica y política de los ciudadanos. "Las personas seguirán sintiendo que pertenecen – o no – a una determinada comunidad, independientemente del potencial latente de medios de comunicación electrónicos". En el caso de la

movilización por la radio significa que, mientras la radio hable el lenguaje más próximo, más afectivo y más directo a los "corazones y mentes", es una posibilidad que continuará existiendo. No olvidando que hoy la radio ya se encuentra en Internet.

La radio atravesó los años 90 y el principio del nuevo milenio incentivada por cambios muy veloces. Emisoras tradicionales corren tras fórmulas innovadoras para mantener posiciones, retomar los antiguos anunciantes y captar volúmenes expresivos de publicidad. Otras luchan para recuperar el prestigio del pasado, incorporar la tecnología emergente y vencer las incertidumbres del porvenir. Para dimensionar la grandeza, la intensidad y la fuerza de las transformaciones verificadas en la radio desde su inicio hasta los días de hoy, y para mejor comprender la situación de las actuales radios comunitarias en Brasil, intenté plantear este pequeño histórico de la evolución de ese medio, relato cuyo contenido no implica en compromiso con informes de hechos puntuales, ni con fechas o nombres.

Después de observar atentamente los datos presentados en este capítulo, que ilustran la situación actual de Brasil, ese "gigante sudamericano[46]" con más de 180 millones de habitantes, podemos ver que tener un medio de comunicación en ese país puede ser sinónimo de mucho poder.

[46]Brasil abarca el 43 % de la superficie de América del Sur. Limita con todos los países sudamericanos excepto con Chile y Ecuador.

Tabla 11

Populación	
Total	184.184.227
Urbana	151.430.677
Rural	35.753.550
Hombres	90.542.970
Mujeres	93.641.257
0-4 años	17.970.733
5-9 años	16.992.043
10-14 años	16.463.399
15-19 años	17.357.157
20-29 años	33.517.529
30-49 años	50.736.469
50 + años	31.146.897

Fuente: IBGE[47]

Un país en el que hay millones de personas sin recursos, un 8% de analfabetos totales, un 30% de semianalfabetos y un 37% de analfabetos funcionales (sólo un 25% de la población domina la lengua sin problemas), la radio se constituye en el mejor y más económico medio de información[48], y por qué no decir, en la única alternativa de ocio para muchos brasileños. Dicho eso, no es difícil empezar a comprender por qué muchas personas en este país quieren apoderarse de una licencia para empezar a operar una emisora de radio.

Este dato sumase a un número imposible de calcular de aquéllos que saben leer, pero no tienen poder adquisitivo para adquirir un producto editorial, quedando sujetos a las informaciones producidas por la radio y por la televisión.

En un país que padece las consecuencias de un subdesarrollo económico y de una pesada concentración de renta, sería razonable que el sistema de comunicación social ejerciese también una función educativa,

[47] Disponible en www.ibge.gov.br

[48] 95,6% dos domicílios brasileiros possuem aparelho de rádio segundo divulgou o Ibope em 2004.

alfabetizando literalmente la población o por lo menos cumpliendo con el papel de informar adecuadamente.

Aun con la garantía de los derechos a la libertad de expresión y de comunicación, aprobados en la Constitución Brasileña de 1988, la comunicación social es aún reglamentada por el Código Brasileño de Telecomunicaciones, sancionado por el entonces presidente João Goulart, a través de la Ley nº 4.117 de 27 de agosto de 1962, que fue militarizada por el Decreto-Ley 236/67. Corresponde exclusivamente a la Unión el derecho de mantener, explotar y fiscalizar los servicios de telecomunicaciones.

Según objetivos de expansión y garantía del progreso tecnológico de las telecomunicaciones, es creado, en 1967, el Ministerio de las Comunicaciones. El Dentel - Departamento Nacional de Telecomunicaciones - es organizado once años después, en 1976, recibiendo atribuciones de coordinación, orientación, fiscalización y control de la aplicación de las leyes de radiodifusión en el País, sea sonora o de sonidos e imágenes. Tiene función punitiva cuando la legislación es contravenida, que va desde la advertencia, multa y suspensión hasta la anulación de una concesión o permiso.

En el gobierno de Fernando Collor de Mello, el Dentel fue desactivado y actualmente sus funciones son ejercidas por la Secretaría de Fiscalización y Otorgamiento del Ministerio de las Comunicaciones. A pesar de las reformas administrativas, las atribuciones del órgano son prácticamente las mismas, pero desde entonces los empleados exigen que, debido a la falta de recursos financieros, la fiscalización esté más circunscrita a la verificación de la situación técnica y jurídica de las emisoras oficiales.

De acuerdo con el Decreto 91.837, de 25 de octubre de 1985, toda autorización para ejecución de servicio de radiodifusión es precedida de un edictal de concurrencia, donde son establecidas las condiciones para habilitación de los interesados. El edital define criterios, tales como en qué municipio será establecido el servicio, las características del servicio (OM - Ondas Medias, OC - Ondas Cortas, TV - Televisión, FM - Frecuencia

Modulada, AM - Amplitud Modulada), el capital exigido para la iniciativa y el local para recibimiento de las propuestas.

Nunes (1995: 212) nos cuenta que el gobierno de la Unión elaboró Planes Básicos de Distribución de Canales, para las varias modalidades de servicios de radiodifusión, en áreas predeterminadas del territorio nacional. Según la legislación, existe la posibilidad de llegar a ser autorizado un servicio en una localidad no incluída en los Planes. En cualquier caso, el interesado debe presentar un estudio técnico de viabilidad.

> "La explotación del servicio de radiodifusión solamente puede ser autorizada a empresas nacionales o a fundaciones constituidas en Brasil y a Universidades. Las empresas pueden ser sociedades anónimas o sociedades por cuotas de responsabilidad limitada, desde que subscriptas las acciones o cuotas, en su totalidad, por brasileños. El MC estipula el valor del capital exigido para la iniciativa y exige comprobación bancaria de depósito en el total del 50% del capital inicial exigido para la instalación de la estación y comprobación de disponibilidad de crédito bancario para el capital restante. Ésa es una de las principales críticas sobre el criterio de distribución de canales. Los valores exigidos son elevados y acaban seleccionando los emisores a través del poder económico".

El edital de licitación es publicado por el MC y administrado por la Secretaría de Fiscalización y Otorgamiento, que analiza las propuestas y las encamina para decisión superior. En el caso, el ministro de las Comunicaciones decide sobre los permisos, que engloban emisoras de FM y AM y el Presidente de la República sobre las concesiones de TV, emisoras regionales o nacionales. Posteriormente el proceso es encaminado al Congreso Nacional que debe pronunciarse por el otorgamiento o no de la concesión, obedeciendo a lo dispuesto en el artículo 223 de la Constitución.

Las concesiones y permisos tienen plazos definidos para renovación de 15 años para TV y de 10 años para emisoras de radiodifusión sonora. La caducidad, o inconveniencia de la renovación, puede ser impuesta caso la Secretaría considere que hay incapacidad técnica o económica del concesionario o permisionario para continuar ejecutando el servicio.

La historia de la utilización de la radio como medio de comunicación alternativa es de enorme importancia, pues en la segunda mitad del siglo XX esa tecnología contó con la ventaja de ser barata y, desde el radio-transistor, fácil de transportar. Según Downing (2002: 241) en las naciones con altos índices de analfabetismo, incluso países grandes como India o Brasil, la radio desempeñó, como es previsible, un papel más importante que la prensa.

En España, con la muerte del dictador español Franco en 1975 y la súbita expresión de libertades políticas suprimidas por mucho tiempo, la creación de espacios públicos alternativos en las ondas de radios se mostraba extremadamente vibrante, como de hecho fue. En Italia, la radio radical comenzó realmente en 1975 y fue legalizada en el año siguiente. Los experimentos franceses con la radio radical tuvieron inicio enseguida, más o menos en la misma época que los proyectos alemanes, de dimensiones más modestas.

> “En toda Europa, la década de 1970 fue un período dinámico para la radio radical, aunque cualquier proyecto de radio con pretensiones de ser independiente inevitablemente desafiase el monopolio estatal, sea en su derecho de propiedad, sea en su autoridad para conceder licencias, dando margen, por tanto, a la represión policial” (Downing, 2002: 247).

Fue justamente eso lo que aquellos medios radicales combatieron: la tentativa de cerrar los espacios abiertos y de poner cadenas en la imaginación.

Los cambios que ocurren en la sociedad tornan necesarios cambios en el comportamiento de los medios de comunicación. Con relación a las emisoras de comunicación, Luciano Klockner (2001: 152) trae muchas preguntas, como: ¿De qué forma ellas van a segmentarse? ¿Cómo será su programación y cuál será la audiencia de cada una de ellas? ¿Cuál es el porvenir del periodismo radical? ¿Y de la audiencia de las AMs? ¿La migración de oyentes de las AMs para las FMs va a terminar con las programaciones de periodismo? ¿Cómo el servicio entra en las programaciones de las radios? ¿Qué es radio servicio? ¿Es posible ejercer la ciudadanía a través de medios de comunicación de masa? ¿Hasta que punto esos medios sustituyen los servicios públicos y aportan para agilizar el proceso de construcción y ejercicio de la ciudadanía?

¿Cuándo una radio no es ciudadana? ¿Por qué los vehículos ofrecen cada vez más espacio a los oyentes? ¿Cuál es el perfil del oyente del año 2000 en adelante? Y ésos son apenas algunos entre los innúmeros cuestionamientos que vienen surgiendo.

Klockner, en sus interrogaciones, nos ayuda a comprender que existen varias preguntas y pocas respuestas. Así que intentaremos en esta tesis responder simplemente a nuestro problema principal, que es saber cómo están funcionando las emisoras comunitarias de Brasil. Sobre las otras preguntas, esperamos que otros investigadores se interesen y intenten contestarlas.

Para Santaella (1996: 18): "la programación de los medios de masa, la radio y, más especialmente, la televisión, hay varios factores que apuntan mucho más para la especialización, diversidad y multiplicidad que para la masificación y homogeneidad. El hecho de que las programaciones locales de radio y televisión hayan empezado a atraer mucho más público que las programaciones importadas, llevó a la multiplicación de estaciones de radio y al fortalecimiento de sistemas nacionales de televisión".

Aunque en Brasil tal factor aún no sea completamente perceptible, la inclinación de las programaciones para la segmentación de medios de comunicación, tendiendo a la variedad y al servicio de las diferencias de interés público, tiende a volverse regla, lo que ya ocurre en la radio, como es el caso de la nueva opción radiofónica: la comunitaria.

> "Nadie duda de la importancia de la radio hoy en la sociedad brasileña, ni de su capacidad de influir el comportamiento de las personas, de crear nuevos hábitos de consumo y de atender las demandas simbólicas por ocio, entretenimiento, información y compañía". (Meditsch, 1998: 17)

Ruas (2004: 103) nos enseña una sinopsis divulgada por el IBGE que muestra que la población brasileña alcanzó el 1 de agosto de 2004 un total de 169.590.693 habitantes, siendo 83.576.015 compuesto por hombres y 86.233.155 por mujeres, o sea, aproximadamente 3,2% a más. Es la quinta mayor población del mundo. En los años 50, Brasil ocupaba el octavo lugar en el ranking mundial. En 2000, pasó para la quinta posición, con una participación

del 2,8% de la población mundial, que era de 6,1 mil millones de habitantes. Aún según datos del Censo 2000, se constata que Brasil es un país joven, pues de los 169 millones de habitantes, 17.030.815 tienen entre 15 y 19 años y 16.141.515 están entre los que tienen de 20 a 24 años.

Tal "retrato" del país, debidamente "retocado", puede perfectamente servir de "tarjeta postal" para atraer al inversor extranjero, pero no consigue esconder las graves carencias, que pasan casi desapercibidas en una secuencia de buenas noticias que forman una "baraja" optimista. Sin embargo, una lectura más atenta de tales datos permitirá al analista algunas conclusiones críticas. La principal de ellas se refiere al "pecado original" de la concentración de la renta, único indicador importante que creció en vez de disminuir. La evasión escolar continúa alta y el saneamiento básico, aunque haya aumentado, está lejos de la media de los países desarrollados.

El nivel de concentración de la renta en una década de indicadores positivos expone el lado pobre de la "Belindia", neologismo inventado por el economista y ex ministro Mario Henrique Simonsen, para designar un país como el nuestro, formado por una mitad rica, *Bélgica*, y otra miserable, *India*. En palabras más simples, la porción *India* viene creciendo mucho más rápidamente que la porción *Bélgica*. Y eso, en un contexto de desempleo, aunque decreciente; de violencia urbana y de trabajo informal, todavía en alta, preocupa[49].

Es claro que la década no fue de total crecimiento. Al contrario, exceptuados los dos primeros años del Plan Real y el año 2000 - el mejor del período - , los demás fueron años mediocres, en que el crecimiento del PIB, si es que hubo alguno, fue bien menor que el de la población. Ese hecho por sí solo quizá explique el crecimiento en el nivel de concentración de renta en la década. Después de todo, fueron siete años de estagnación o recesión contra apenas tres de crecimiento encima de la inflación.

Los dos retratos del país que emergieron del Censo, parecen dar razón al gobierno, cuando él dice que las inversiones que vienen siendo hechas en

[49] Disponible en www.empresario.com.br

educación resultarán en aumento salarial medio, para la población más pobre, de nada menos que 40%. Pero, obviamente, para que eso se vuelva realidad, serán necesarios otros diez años.

A primera vista, el discurso del gobierno parece lógico. En cuanto a la práctica, como siempre, deja a desear: ¿será que mantener, por seis largos años, la tabla de deducciones del Impuesto de Renta sin correcciones, ayuda a desconcentrar la renta?

Una última cuestión a ser debatida es el papel que deben desempeñar empresarios, clase media y trabajadores para sumarse a los esfuerzos del gobierno, principalmente en educación, con la finalidad de desconcentrar, lo más rápido posible, la renta nacional.

El camino más consecuente me parece ser el del compromiso total de esos sectores en la continuidad de las reformas, a favor de la transparencia en las relaciones entre políticos y electores y en el combate, sin treguas, a la corrupción y a todo tipo de desperdicios.

Además, el empresariado debería, como buena parte de él ya viene haciendo, aprovechar el hecho de que 2001 es el año del voluntariado para aumentar aun más su actuación en el área social. Es una inversión con retorno garantizado y en corto plazo.

Esas desigualdades, que provocan en el ser humano apatía y desencanto, tienen como reflejo la dificultad de acceso a la ciudadanía, que puede también ser considerada como estímulo a la lucha por la transformación de la realidad. La iniciativa de los movimientos comunitarios, tanto en la legitimación de la radiodifusión comunitaria como en el surgimiento de un proceso de desarrollo local, tiene fuerte representación en esa lucha. Aun con sus limitaciones, esos movimientos van ocupando lugar en las comunidades, por ser encarados como tentativa de amenizar las carencias sociales y de construcción de una sociedad más justa y libre.

> "La cuestión de las radios comunitarias como forma de evidenciar las alteraciones en el escenario social es que van configurándose como nuevos medios comunitarios en la realidad brasileña, incorporando principios gestados

> en el contexto de los movimientos sociales. Quien escuche un programa en una emisora de radio comunitaria, o vea un programa de televisión en un canal comunitario de TV POR CABLE, quizá ni piense que se trata de una evolución por la cual viene pasando la llamada comunicación alternativa o popular" (Peruzzo, 1996: 143).

Para dar inicio a esa lucha, las comunidades investigadas por medio de las asociaciones – movimiento típico de la sociedad civil organizada en el cual las personas son articuladas -, ofrecen posibilidades para una apropiación colectiva de medios a través de una comunicación alternativa. Su objetivo es alcanzar no ya las grandes masas, sino los problemas específicos de un segmento de la población, ocupándose esencialmente de las cosas de la comunidad y de sus aspiraciones. La experiencia de la radiodifusión comunitaria evidencia una creciente demanda por los medios de comunicación local y por programas locales, que son canales que posibilitan la expresión de las diferencias y, al mismo tiempo, de las identidades culturales de las poblaciones locales.

CAPÍTULO III

El movimiento de la democratización de la radio en el panorama latinoamericano

3.1. Introducción

Evolucionando rápidamente, de sistema de transmisión y recepción de señales a *mass media*, la radio ejerció influencia en la ponderación de varios pensadores contemporáneos, entre ellos Marshall McLuhan, que buscó analizar sus efectos en la sociedad y su papel en la transformación del hombre. Para el filósofo canadiense, la radio es un medio "caliente" que prolonga apenas uno de nuestros sentidos y en "alta definición". Los mensajes que transmite son ricos de información perceptual, "no dejando mucha cosa para ser completada por la audiencia" (1995: 38).

Sabemos que en la concepción de McLuhan, "el medio es el mensaje"; o sea, los efectos sociales de un medio de comunicación residen en la naturaleza de ese medio. El contenido de los mensajes es determinado por las características de estructura y funcionamiento del medio, como canal de comunicación. Así siendo, los efectos de un medio de comunicación son inseparables del propio medio. El efecto de un medio, dice McLuhan, "se vuelve más fuerte e intenso justamente porque su "contenido" es otro medio". El efecto del medio radio reúne las condiciones para volverse más intenso, exactamente porque su "contenido", la palabra hablada, es un medio que "envuelve todos los sentidos intensamente".

Independientemente de la programación - del contenido - que está llevando al aire, la radio, encuanto vehículo, ejerce influencia y provoca alteraciones en el comportamiento, envolviendo y condicionando a las masas. Sin embargo, los efectos de medios de comunicación son susceptibles de

control, pero solamente a través de aquellos que tienen el poderío de los propios medios, y no por parte de los receptores del mensaje, observa McLuhan:

> "Los propietarios, ellos mismos, están mucho más interesados en los medios como tales y no muy dispuestos a ir más allá de lo que el público quiere o cualquier otra fórmula más o menos disponible. Los dueños tienen conciencia de los medios como poder y saben que ese poder tiene poco que ver con el "contenido", o sea, los medios dentro de medios" (1995: 71).

La posibilidad de ejercer influencia sobre la sociedad despertó el interés de políticos y empresarios por la radio, que acabaron por establecer un proceso de comunicación vertical, donde al grupo que controla el medio es reservado el papel de emisor, quedando la sociedad como receptora, consolidando de esa forma, una especie de segregación de la radio.

En opinión de Santiago (2002: 218), "raros son los registros donde a la sociedad fue permitido el acceso a la radio, con libertad para la dirección del canal, producción y conducción de la programación". Por esa razón, continúa el autor, las radios obreras de Weimar se transformaron en íconos del movimiento por la democratización de las ondas electromagnéticas. En 1919, con la caída del imperio, se instaló en Alemania la República de Weimar, constituida por una coalición social-centro-democrática. Una de las iniciativas de la República de Weimar fue incentivar las radios obreras, montadas y operadas por los propios trabajadores, desde informaciones técnicas publicadas por revistas europeas. En poco tiempo, las emisoras se transformaron en instrumentos fundamentales de la comunicación comunitaria, del entretenimiento y de la información del pueblo. Para el investigador Julian Hale (Ortriwano, 1995: 15) ese formato constituye una referencia en la discusión de la radio, como instrumento de comunicación democrática, una vez que la radio obrera de Weimar no organizó a sus oyentes. Los propios obreros se organizaron encuanto receptores y transmisores de la información. Un ejemplo de radiodifusión socializada que duró muy poco tiempo. Una vez reorganizado, el Estado alemán no sólo prohibió el funcionamiento de las emisoras obreras, como también asumió el control total de las transmisiones de radio.

En la trayectoria de la sociedad moderna, la radio en las manos del receptor, utilizada libremente para emisión de mensajes, sobrevivió el tiempo suficiente para desagradar el poder económico y los liderazgos políticos. Tal apropiación, según constata Gustavo Gindre "hería" doblemente la lógica capitalista.

> "Del punto de vista político permitía el surgimiento de formas de organización social que escapaban de la normatividad de las modernas democracias representativas, operando desde sistemas embrionarios de democracia participativa. En la perspectiva económica, "desaprovechaba" un importante instrumento de construcción de la sociedad de consumo, fundamental para espantar el fantasma de la hiper-producción" (2000: 13).

Así, los intereses políticos y empresariales fueron determinantes en la transformación de la radio, de un vehículo colectivo en instrumento dialógico, estableciendo el paradigma pasivo que relegó al propietario de un aparato al papel de receptor.

El desarrollo de una radio con características cada vez más monológicas, sedimentó verdaderos paradigmas como el exhortado por Bertolt Brecht, donde la radio debe ser un aparato de comunicación en dos vías: emisor y receptor. Recordando que la radio, antes de ser un vehículo de masa, era un medio interactivo de comunicación, el dramaturgo alemán expresó a través de la "Teoría de la radio", su inquietud delante de la consolidación de la radio como un sistema exclusivamente productor y emisor de mensaje.

> "La radio sería el más fabuloso aparato de comunicación de la vida pública (...) quiero decir, sería si supiese no solamente transmitir, sino también recibir; por tanto, el oyente no solamente escucharía, sino que se pondría en comunicación". (1981: 69).

Para Brecht, la radio adquirió el formato de "un simple aparato distribuidor" de información, manifestando apenas "una cara donde debía tener dos". Así, transformar la radio de "aparato distribuidor" en un "aparato de comunicación", donde al oyente fuese ofrecida también la oportunidad de expresarse libremente y no solamente oír pasivamente, pasó a ser uno de los puntos más defendidos por el dramaturgo alemán. Brecht llegó a hacer un

llamado para que los directores artísticos hiciesen de la radio “una cosa verdaderamente democrática”. Una postura que coloca a Brecht en la vanguardia de la lucha por una radio libre y democrática.

Con posicionamiento semejante, Hans Magnus Enzensberger, argumenta que la “técnica electrónica no conoce contradicción esencial entre el emisor y el receptor. Cualquier radio transistorizada, también es, por la naturaleza de su construcción, una emisora en potencial, una vez que a través de realimentación, puede actuar sobre otros receptores” (1978: 45). Para él, la decisión de impedir la transformación de la radio, de medio de distribución a medio de comunicación, ocurre de forma consciente, “justificada por las buenas razones de una mala política”.

> “La diferenciación técnica entre emisor y receptor refleja la división social del trabajo entre productores y consumidores, división esta que adquiere una significación política especial en el campo de la industria de la conciencia. En último análisis, está basada en la contradicción esencial entre las clases dominantes y las dominadas (esto es, entre el capital y la burocracia monopolistas de un lado, y las masas dependientes del otro)” (1978: 45).

En “El sentido del sonido”, el investigador Leonardo Sá defiende el principio que la “tecnología y sus beneficios deberían propiciar la democracia y no el inverso”. Sin embargo, observa el autor, tenemos “la concentración y la alienación, la pasividad y la imposición y...silencio”, concluyendo que “no son los medios las cuestiones-problemas, sino cómo hacer que los medios se hagan medios para la plenitud de la ciudadanía y no medios para la asfixia de tantos individuos” (1991: 32).

La radio instrumentalizada y estratégicamente formateada para influir en la sociedad encontró condiciones para evolucionar a través de dos sistemas antagónicos, en la visión de Felix Guattari. De un lado, en dirección a sistemas “altamente concentrados, controlados por los aparatos de Estado, por los monopolios, por los grandes aparatos políticos”, y de otro, en dirección a “sistemas reducidos que abren la posibilidad de una apropiación colectiva de los “medios” que suministran verdaderamente medios de comunicarse, no

solamente con “amplias masas” sino también con las minorías marginales, grupos marginados de cualquier otra naturaleza” (1979: 66).

Es sabido que democracia también es divergencia de opiniones y de ideas. Quien detenga la información en el mundo moderno detiene gran poder y puede fácilmente manejarlo. Entonces, los vehículos de comunicación se volvieron verdaderos formadores de opinión.

Para la investigadora Sardinha (2004: 213) “hay estrecha relación entre democracia y comunicación. Pero la democracia de un país corre serios riesgos cuando algunos empresarios o grupos nacionales, y hasta internacionales, controlan la totalidad de la prensa o de la radio y de la televisión, lo que propicia graves abusos de dañosas consecuencias”. La información contiene clara dimensión de poder, una vez que puede funcionar como importante instrumento de manipulación ideológica, debiendo solamente por esa razón sufrir control de la sociedad y del Estado.

Una vez reconocida la fuerza de persuasión de la radio y la posibilidad de su aplicación en la política, ocurre el control de las emisiones por parte del Estado, a que se refiere Guattari. Gradualmente, la libertad de emisión fue sustituida por normas técnicas y jurídicas, pasando el Gobierno a explorar él mismo los canales o indicar quien pueda explorar los servicios de radiodifusión. De acuerdo con la investigadora Marisa Meliani Nunes, en ese momento se establece la “voz oficial”, una vez seleccionado quien pueda utilizar la radio en la condición de emisor. Esa característica de control, afirma Nunes, va a determinar que la radiodifusión pase a “comportarse apenas como canal de distribución de información, en una difusión para las masas, revirtiendo la función principal de la comunicación, que es la existencia de una relación dinámica entre emisor y receptor” (1995: 28).

Considerando la relación entre emisores y receptores del discurso social, Abraham Muelles y Claude Zeltmann constataron que para una sociedad ser definida como democrática, habría la necesidad de idéntica cantidad de emisión y de recepción. Parten del presupuesto que en un grupo social, “los diferentes papeles se definen por la relación entre tasa de emisión y tasa de

recepción" (1975: 7). Así, como hay personas o sistemas cuya actividad consiste, sobre todo, en emitir (el profesor, el reportero), otras son estrictamente receptoras. Siguiendo esa línea de raciocinio, afirman los autores que es posible "definir los tipos de sociedad por su relación media de emisión-recepción".

La aplicación de la teoría de Muelles y Zeltmann a la radiodifusión brasileña, donde la capacidad de emisión es privilegio de un pequeño segmento, que en consecuencia del poder político y económico, mantiene bajo control los canales de radio, revela la dimensión antidemocrática de la política que prevalece para el sector, al mismo tiempo en el que condiciona a la mayoría de la población como masa receptora de mensajes.

Para Santiago (2002: 175), Brasil registra una extraordinaria oferta de mensajes por los principales canales de radio y televisión que cubren todo el territorio nacional. "El país que poseía en 1986 un total de 1.182 emisoras de radio y 125 emisoras de televisión, saltó en 1996 para 2.961[50] emisoras de radio y 257 emisoras de televisión abierta, además de 25 canales de televisión por asignatura. Por otro lado, la Pesquisa Nacional por Muestra de Domicilios (PNDA)[51] realizada en 1996, reveló que 85 % de los municipios brasileños poseen radio y 76% televisor". Sin contar el gran numero de trasmisiones ilegales y las nuevas radios realmente comunitarias como vimos en el Capítulo dos.

En la concepción de Luiz Gonzaga Motta, a ese aumento en la oferta de medios y mensajes de masa no corresponde una satisfacción de las necesidades de comunicación de la población, una vez que proporcionalmente al crecimiento del consumo y la exposición a medios y mensajes de masa, crece la población que participa de ese proceso apenas como receptor pasivo. Significa que un número cada vez menor de personas informa a un público cautivo cada vez mayor, concluye el autor:

> "Esta concentración implica en una evidente pérdida de posibilidades de expresión de grupos locales y comunitarios en favor de una difusión cada vez

[50] Fuente: Ministério das Comunicações e Abert
[51] *Folha de São Paulo*, São Paulo, 26 de março de 1996, p.12.

más centralizada en grandes empresas localizadas en los grandes centros urbanos. Aun cuando consideramos apenas la recepción, verificamos que las oportunidades de recibir informaciones de fuentes alternativas disminuyeron sensiblemente. No existe en nuestro país (Brasil) la pluralidad de fuentes de información, condición básica para el funcionamiento de una sociedad democrática. Existe hoy una clara inclinación a la homogeneización cultural aunque repasada a través de una multiplicidad de contenidos, además de una acentuada pérdida de informaciones locales o regionales en favor de un aumento de noticias, músicas, novelas, humor y otras manifestaciones culturales internacionales o internacionalizadas" (1987: 40).

El proceso comunicativo es, así, apartado de la concepción natural de la dialogicidad y pasa a asumir una función unilateral y vertical entre el emisor (los concesionarios, autorizados por el gobierno a explorar los canales de radio) y el receptor. Por fuerza de los compromisos políticos y comerciales, la radio se consagra como un intermediario entre un emisor activo y un receptor pasivo, donde la música es determinada por el modismo, la información se resume a titulares y datos fragmentados reproducidos de periódicos, revistas y *releases*.

En estas condiciones, el oyente como fuente directa de (re) alimentación del sistema sólo participa en la medida en que atiende los intereses del propio sistema, nunca para cuestionarlo, destaca la investigadora Gisela Ortriwano (1985: 76). Esa inclinación también es constatada por José Martines Terrero, al proponer la intensificación de los medios grupales o "no de masas", según consta del "Documento de Santa Inês", formalizado en 1966 en Perú, durante el congreso sobre alternativas de comunicación popular y comunitaria para América Latina:

"Los medios de masas se dirigen esencialmente a grandes audiencias indiscriminadas, heterogéneas, anónimas, pluralistas, apartadas, con individuos aislados solitarios o separados entre sí por lo menos geográficamente, pero alcanzados simultáneamente, que no discuten ni reflejan en grupo sobre los mensajes. Los comunicadores que transmiten por tales medios están en contacto directo con su público: no lo ven ni oyen. Tales medios exigen empresas organizadas, equipos técnicos especializados, personal entrenado y generosa financiación. Podrían dirigirse solamente a audiencias pequeñas, pero esto representaría un gasto enorme por receptor, en virtud de su capacidad ociosa instalada. Al contrario, los medios grupales se basan en el papel activo

> desempeñado por cada grupo reducido que producen, discute el mensaje" (Terrero, 1988: 228).

Contraponiendo a la radio verticalizada y unilateral, surgieron en Europa Occidental, al final de los años 60 e inicio de 70, las primeras emisoras no reglamentadas. Una respuesta de los europeos a la legislación de la radiodifusión, considerada restrictiva, excluyente, incapaz de garantizar el pluralismo ideológico, cultural y social, necesario a una radiodifusión democrática. En la concepción de la investigadora Cíntia Nahra:

> "Esas pequeñas emisoras, que surgen en Italia, se esparcen por Europa y llegan a Brasil, colocan en duda no apenas la legitimidad del Estado como organizador del sistema de radiodifusión, sino todo un modo instituido de hacer radio, en el cual la colectividad, aquellos que trabajan, que luchan, que sueñan fueron privados del derecho a la palabra" (1988: 13).

Observan Machado, Magri y Masagão que las radios y televisiones libres constituyen la mejor respuesta de una sociedad democrática a los conglomerados y monopolios, bien como a su poder de concentración y comando.

> "Ellas se dirigen a segmentos específicos de la población, ofreciendo transmisiones diferenciadas, dirigidas a las aspiraciones de cada estrato social, de cada comunidad o de cada grupo cultural. Su programación tiende a ser diversificada en la misma amplitud de la diversidad del público, al contrario de las radios y televisiones comerciales que por fuerza de sus ambiciones hegemónicas sólo se pueden dirigir a la media indiferenciada y amorfa de los ciudadanos abstractos" (1987: 21).

Más que una alternativa al formato institucionalizado de radio comercial, esas emisoras de baja potencia pasaron a representar la posibilidad de inserción de todos los segmentos de la sociedad en el proceso comunicativo. Caracterizan lo que Guattari llamó de "guerrilla de la información", elemento fundamental en el proceso de "ruptura de la relación entre emisión y circulación de datos", que a su turno "se sitúa en el interior de la lucha general contra la organización y la dominación del trabajo" (1987: 57).

En España, según nos cuenta Nunes (1995: 135) las primeras transmisiones no autorizadas tienen características de radios de guerra. La

famosa Radio España Independiente, fundada en 1941, en Moscú, comienza sus transmisiones anti-franquistas a través de equipo móvil. Pudiendo cargar la radio en una mochila en la espalda, la directora de programación, Dolores Ibárruri, más conocida como "La Pasionaria", bautiza la emisora con un segundo nombre, la Estación Pirenaica, referencia a los Montes Pirineos.

> "Aun con base fuera del territorio de España, la radio se vuelve la fuente de informaciones para los españoles, contando con una de las redacciones en Madrid. Transfiriendo su sede para Rumania, la Radio España Independiente termina sus transmisiones treinta cinco años más tarde, en 1976, cuando el Partido Comunista es reconocido oficialmente en España" (1995: 135).

Las manifestaciones contra los intereses políticos y económicos, que tornan la radiodifusión exclusividad de una minoría, llegaron hasta la Organización de las Naciones Unidas, que se posicionó ante el problema, a través de la UNESCO[52], considerando la comunicación un aspecto de los derechos humanos. Entendiendo que la comunicación ocurre de forma vertical, como también se efectúa en grande parte en una única dirección, esto es, de arriba para abajo y clasificando el derecho a la comunicación como "un prolongamiento lógico del progreso constante en dirección a la libertad y a la democracia"[53], la ONU pasó a defender la "circulación de dupla dirección", el acceso y participación de todos los segmentos de la sociedad a los medios de comunicación. La cuestión fue debatida y consta de documento de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación de la UNESCO.

> "Sin una circulación de doble sentido entre los participantes, sin la existencia de varias fuentes de información que permitan una selección mayor, sin el desarrollo de las oportunidades de cada individuo para tomar ciertas decisiones basadas en el conocimiento completo de hechos heteróclitos y de algunos puntos de vista divergentes, sin una mayor participación de los lectores, de los espectadores y de los oyentes en la adopción de decisiones y en la constitución de los

[52] La UNESCO define la radio comunitaria de acuerdo a la palabra "comunidad", que "designa la unidad básica de la organización social y horizontal". De esta manera, la radio comunitaria "usualmente es considerada como complemento de las operaciones de los medios tradicionales, y como un modelo participativo de administración y producción de medios". UNESCO: World Communication Report 1998, pág. 148.

[53] Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas Da Comunicação. Um mundo e muitas vozes: comunicação e informação na nossa época. Tradução de Elaine Zagur. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getulio Vargas, 1983: 289.

programas de medios de comunicación social, la verdadera democratización no llegará a ser una realidad".[54]

En ese sentido, la democratización de la comunicación implica más que el simple acceso del público a medios de comunicación. Significa también la posibilidad del cambio de informaciones entre las fuerzas políticas, las comunidades culturales, las entidades económicas y los grupos sociales, en un plan de igualdad, sin un dominio sobre los elementos más flacos y sin discriminaciones contra nadie. Requiere, por otro lado, información más abundante, procedente de una pluralidad de fuentes. Son aspectos debatidos en la UNESCO, resaltados en el documento sobre los derechos fundamentales del hombre en la comunicación e información, publicado por la Comisión Internacional Para el Estudio de los Problemas de la Comunicación. El documento de la UNESCO afirma que "todo el mundo tiene el derecho de comunicar" y destaca como "elementos que integran ese derecho fundamental del hombre", los siguientes puntos, sin que sean limitativos:

a) el derecho de reunión, de discusión, de participación y otros derechos de asociación;

b) el derecho de hacer preguntas, de ser informado, de informar y otros derechos de información;

c) el derecho a la cultura, el derecho de escoger, el derecho a la protección de la vida privada y otros derechos relativos al desarrollo del individuo.

Según Santiago (2002: 57), en Europa, algunas naciones ya sustituyeron el modelo de radio monopolizante y vertical por un sistema más democrático. Es el caso de Francia, que reservó frecuencias para la radio local, destinadas a asociaciones y fundaciones sin fines lucrativos. En Bélgica, la autorización para explorar el canal de radio local es concedida por dos años, con opción de renovación. Para recibir la autorización y explotar la radio local, es necesario el

[54] Comissão internacional para o estudo dos problemas da comunicação. Um mundo e muitas vozes: comunicação e informação na nossa época. Tradução de Elaine Zagur. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getulio Vargas, 1983: 288.

pleiteador llenar algunos requisitos y asumir compromisos con la comunidad, tales como:

> “Tender preponderantemente al progreso social, cultural, cívico y a la educación permanente, bien como dedicarse en especial a la información y al ocio local; favorecer el acceso de antena a los ciudadanos y a sus organizaciones culturales, religiosas y políticas; ser independiente de cualquier grupo profesional y político; realizar al menos una vez por año una asamblea abierta al público para propiciar el encuentro entre los responsables por la radio y sus oyentes.” (Lopes, 1997: 277).

La radio local se constituye en el elemento fundamental de un proceso comunicacional en el que el tiempo histórico hegemónico y el espacio uniforme, lineal, van poco a poco siendo sustituidos por la pluralidad e interactividad, donde el receptor de radio va dejando de ser un mero receptor de información.

Rupturas como esta han sido la marca de este fin de siglo, acelerando desafíos que emergen con la globalización del mundo o la “transculturación"[55] constituyendo un proceso del cual resulta una nueva realidad, compuesta y compleja. Sin la “ocidentalización del mundo”, a la que se refiere Octavio Ianni, difícilmente habríamos afirmado el movimiento de las radios comunitarias. Se trata de un movimiento influído por la cultura occidental, más específicamente por los países de Europa Occidental, donde la radio local es una realidad. Por otro lado, observa Ianni que “los dilemas y los horizontes que se abren con la transculturación, en escala mundial, alimentan inquietudes y optimismo, así como utopías y nostalgias”.

Consecuencia, también, de esta influencia, es una radio hecha al margen de la industria cultural, sin pretensión comercial. Emisoras construidas colectivamente, dirigidas por personas simples, generalmente moradores de la periferia, no siempre conscientes del carácter de resistencia de su obra, lo que

[55]Entendemos qué el vocablo transculturación expresa mejor las diferentes fases del proceso transitivo de una cultura a otra, porque éste no consiste solamente en adquirir una cultura distinta, que es lo que a rigor indica la expresión aculturación, sino que el proceso implica también y necesariamente la pérdida o el enraizamiento de una cultura precedente que se podría denominar de culturación; y además, significa la consecuente creación de nuevos fenómenos culturales que se podrían denominar de neoculturación. En conjunto, el proceso es una transculturación. Ianni, Octavio. Globalização e Transculturação. En: IX Encontro Nacional da ANPAP, 9., 1997, São Paulo. p. 16.

quizá torne inviable su continuidad, a largo plazo. Excepciones como la Radio Favela[56], de Belo Horizonte, cuya programación fue construida respetando el contexto socio-cultural de la comunidad y el sujeto receptor, donde la participación del morador, directa al micrófono, mediada por personas de la comunidad se constituye en la principal atracción. Al contrario del modelo de comunicación institucionalizado por las emisoras comerciales, en la Radio Favela la recepción ocurre de forma activa. Por la característica de programación y lenguaje, es posible afirmar que es más que un signo vocal y analógico.

La América Latina que vivió en los años 70 experiencias autoritarias con gobiernos militares y que tenía la democracia apenas como un gran sueño, desde el inicio de los años ochenta pasa a vivir una serie de luchas por la restauración de su libertad de opinión, de expresión y también, por el derecho efectivo a la comunicación. En ese sentido, la comunicación, a través del uso de los medios masivos, debe ser percibida no del punto de vista tradicional, en sus usos políticos y culturales tradicionales, como instrumento para abrir mercados de consumidores y favorecer intereses económicos y políticos vinculados directa o indirectamente a los dueños de los vehículos de comunicación. Sino como un instrumento de lucha, de habla de los oprimidos, instrumento que capacita a los ciudadanos para el ejercicio de su ciudadanía.

3.2. Movimientos Sindicales

El movimiento sindical es uno de los primeros a utilizar la tecnología de la radio como instrumento de organización y educación. Desde el inicio de la década de 20, los sindicalistas utilizan emisoras “no oficiales” en Estados Unidos y en Europa, con el objetivo principal de informar a la clase trabajadora. Con contenidos ligados al cotidiano de los trabajadores, actúan también como

[56] Su historia estará contada en el Capítulo IV.

medio de comunicación, no sólo convocando para acciones colectivas como también dando voz al receptor, como veremos a continuación.

Para Nunes (1995: 199) es en América Latina, más precisamente entre los trabajadores mineros de Bolivia, un país del Tercer mundo, continuamente violentado por incontables golpes militares, intervenciones norteamericanas y víctima de una de las más perversas concentraciones de renta, que nace un movimiento de radios no autorizadas de grandes proporciones.

> "El ejemplo es dado por una radio oficialista, la Sucre, una emisora no gubernamental que, en 1948, ya defiende los intereses de los falangistas bolivianos, un sector auto-proclamado de izquierda, acusado de traición a los ideales populares y de inspirarse en la falange franquista. El movimiento, nacido de las contradicciones desencadenadas después de la Revolución Nacional de 9 de abril de 1952, que puso en el poder el MNR - Movimiento Nacionalista Revolucionario, también un frente de izquierda que no correspondió a las expectativas de los trabajadores - cuenta con apoyo técnico de empleados de una radio oficial, a Bolívar, que tenía en sus cuadros algunos líderes de oposición al gobierno" (1995: 199).

En Bolivia, un país rico en minerales, los trabajadores se organizan en sindicatos con tradición de independencia, que se agrupan a nivel nacional en la FSTMB - Federación Sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia. Las luchas por mejores salarios y condiciones de trabajo conducen a la necesidad de crear instrumentos de comunicación. Entra en el aire entonces la pionera La Voz del Minero, de la mina y del sindicato *Siglo XX*, y, enseguida, la radio *21 de Diciembre* y la *Llallagua*, de Catavi, y la *Nacional* de Huanuni. Lo se ve después es la proliferación de radios sindicales, alcanzando, en 1963, el número de 23 emisoras funcionando en todo el país.

Cubriendo 20% de todo el territorio boliviano, con transmisores que llegan a potencias de 500 Watts, las radios mineras empiezan a competir con las emisoras comerciales de La Paz. Los trabajadores sostienen los proyectos con descuentos quincenales en sus salarios y los sindicalistas responsables por el área de cultura de los sindicatos operan y hacen la locución en las emisoras.

3.3. Ciudadanía y comunicación comunitaria

Conforme Luckesi (Kunsch, 1989: 31) debemos definir "la ciudadanía como la posibilidad plena de los derechos y el ejercicio de los deberes por todos los miembros de una sociedad. Eso implica la realización de los derechos civiles (libertad de pensar, libertad de expresarse, libertad de ir y venir etc.), de los derechos políticos (poder de escoger y ser escogido para la dirección de los bienes sociales, modernamente el derecho de votar y ser votado), y, finalmente, de los derechos sociales (derecho al trabajo, a la alimentación, a la habitación, al ocio etc...). Por otro lado, la ciudadanía implica el ejercicio de deberes para la realización del bienestar de todos los otros miembros de la sociedad, traducidos en trabajo, productividad, relaciones igualitarias etc. Históricamente, la ciudadanía así definida, aún no se realizó y permanece siendo un ideal de los pueblos" (Kunsch, 1989: 31).

Sin embargo, se resalta que el factor esencial para el progreso y desarrollo de los hombres es la ciudadanía. Entendida por Demo como,

> “capacidad humana de hacerse sujeto, para hacer historia propia y colectiva organizada. Para el proceso de formación de esa capacidad algunos componentes son cruciales, como educación, organización política, identidad cultural, información y comunicación. Destacándose encima de todo, el proceso emancipatorio. Este se basa, de partida, en la capacidad crítica, para, con base en esta, intervenir en la realidad de modo alternativo. (...) No ciudadano es sobretodo quien, por estar cohibido de tomar conciencia crítica de la marginación que le es impuesta, no alcanza la oportunidad de concebir una historia alternativa y de organizarse políticamente para tanto. Entiende injusticia como destino. Hace la riqueza del otro sin de ella participar” (Demo, 2002: 2).

En Brasil, en los años 90 vivimos un escenario de participación social efectivo, conforme relata Azevedo (2002: 2), “con la transformación de las luchas sociales organizadas en movimientos populares, y el surgimiento y renacimiento de nuevas luchas sociales de carácter cívico, como la Ética en la Política, la Acción por la Ciudadanía Contra el Hambre, o los movimientos de

apoyo a los Menores que viven en la calle". Otro elemento importante que viene rediseñando el escenario cívico brasileño a través de sus actuaciones ciudadanas, son las Organizaciones No Gubernamentales – ONGs - que en los años 90 pasaron a desarrollar trabajos en conjunto con las poblaciones pobres y/o marginadas.

Ciertamente la lucha y conquista de la ciudadanía, como bien definió Luckesi, forman parte de las demandas de los movimientos sociales contemporáneos latinoamericanos. Sin embargo, para Scherer-Warren:

> "se trata de un proceso cuya trayectoria histórica es bastante antigua. Remonta a la polis griega el origen de la noción de ciudadano. Nació, sin embargo, con dimensión de exclusión social y de mantenimiento de la jerarquización social. Se tiene ahí una democracia limitada, en que esclavos, mujeres y niños no son incluidos entre los ciudadanos con derecho a la participación política" (1999: 59).

En la era moderna, diversa corrientes ideológicas y políticas fueron espacios para la ampliación de los derechos de ciudadanía. Las concepciones de los movimientos sociales con pretensiones universalizantes como el liberalismo, la democracia y el socialismo, comportan tensiones y contradicciones en la confrontación de sus prácticas.

> "Del liberalismo viene la idea de los derechos individuales, del "laissez-faire, laissez-passer" y de la conciencia de la libertad como valor primordial para la vida tanto individual como en sociedad. De la democracia viene el énfasis en la igualdad de derechos políticos, de participación en la elección de gobernantes y en la vida política de una región o país, en síntesis, de ella deriva el enfoque en la ciudadanía política. En el socialismo, el principio fundamental en la construcción ciudadana se encuentra en la conquista de la igualdad social y económica" (Scherer 1999: 59).

Para Scherer-Warren (1999: 60), los movimientos sociales combinaron, muchas veces, elementos de esas diferentes corrientes, aun cuando acomodando las tensiones internas. Ya los nuevos movimientos sociales, surgidos en América Latina en las últimas décadas, además de incorporar elementos diversos de esos idearios, pasan a luchar por nuevos derechos, los llamados derechos de "tercera generación" (ecológicos, de género, étnicos).

Ciertamente en América Latina, la historia de la ciudadanía, según afirma Scherer-Warren, es la historia de la conquista de la ciudadanía, en un sentido más pleno y amplio – de ciudadanía para todos. Y eso aún es algo a ser conquistado. Para la autora esa conquista se realiza en diverso niveles:

> •“Conquista de nuevos derechos e incorporación de los llamados derechos de “tercera generación”.
>
> •Reconocimiento del derecho de tener derechos, especialmente entre determinados sectores de la sociedad, como entre los denominados “excluidos sociales”.
>
> •Cumplimiento de los derechos, de las leyes establecidas y no observadas. En Brasil, el ciudadano en general no tiene el hábito de defender o hacer respetar sus derechos, es un casi-ciudadano, como en los casos de consumidores lesionados, de descaso en el servicio a la salud, de falta de vacantes en las escuelas, etc.” (1999: 60).

Es importante resaltar, sin embargo, que la ampliación de los derechos de ciudadanía se relaciona con los procesos de democratización de la sociedad y en el caso especial de la temática abordada en esta tesis de doctorado, tal ampliación está condicionada al uso democrático de medios de comunicación social, en especial de la radio.

Nos explica Azevedo (2002: 202) que “es seguramente desde la comprensión del concepto de ciudadanía que se inserta el debate sobre el papel de las radios comunitarias, pues, dependiendo del grupo social en que está insertada y de la forma en que este medio de comunicación (radio comunitaria) sea conducido, seguramente éste podrá venir a ser un elemento importante para la construcción de mecanismos de liberación”.

Conforme Peruzzo nos informa:

> "En los primeros tiempos la comunicación popular se valió de instrumentos de comunicación más elementales, artesanales, de pequeño porte y más baratos, y poco a poco fue aproximándose de medios masivos. (...) De los altavoces se caminó para las radios comunitarias y de las TVs de Calle para los Canales Comunitarios y Universitarios, en el sistema de cablevisión. Cuando se habla de comunicación popular, parece claro, a primera vista, que se trata de una

> comunicación del pueblo. Pero el adjetivo "popular" abarca una variedad de significados distintos, siendo común apenas la idea de que tiene que ver con "pueblo" (1998: 147).

Así, los estudiosos de la comunicación comunitaria afirman que este es el modo de expresión de las clases populares, conforme la capacidad que estas clases tienen de actuar en el contexto social en que están insertadas. La Comunicación comunitaria "está ligada a la lucha del pueblo y tiende a convertirse en un proceso dialéctico entre la teoría y la práctica". Ella no tiene un fin en sí misma, pero se relaciona con un pleito más amplio. Es medio de concienciación, movilización, educación política, información y manifestación cultural del pueblo. Es canal por excelencia de expresión de las denuncias y reclamaciones de los sectores organizados de la población oprimida. "Debe estar vinculada a la lucha por la concienciación (e integrada) en un proceso de lucha con la perspectiva de (una) nueva sociedad" (Peruzzo, 1998: 159).

Ya para Neumann, "La comunicación alternativa no se caracteriza como mera oposición a la comunicación de masa, sino como un proyecto de participación popular, con intenciones sociopolíticas de transformar el contexto social" (1990: 40).

Así, afirma Marcondes Filho que es fundamental en la comunicación comunitaria que ella "(...) no esté apenas preocupada con el abordaje mercadológico de los problemas de su lector, pero también empeñada en organizar movimientos sociales y unificar esfuerzos individuales en defensa de intereses comunes (...). Es la forma del individuo poder afirmarse y hacer valer su posición sin ser deglutido por la máquina de información oficial, pública o privada, que todo hace, menos solucionar los problemas y las necesidades de la población" (En: Neumann, 1990: 43).

Para Chirsta Berger, "El estudio de la comunicación popular redefinió los marcos de problemática de la comunicación. Durante mucho tiempo, hablar de comunicación significó hablar de medios, canales, mensajes. Ahora, hablar de comunicación popular implica hablar de cultura, de relación. Y necesita, para tanto, de la interdisciplinaridad en su sentido más profundo. Traer la comunicación popular para el espacio de la cultura hizo introducir la dimensión

del conflicto (...) histórico por el cual lo popular se define como movimiento de resistencia (...). Y, consecuentemente, la idea de acción, de praxis. La comunicación popular es una práctica en conflicto (...) interclases, pero también intraclases. O sea, el estudio de la comunicación popular redefinió el propio concepto de popular, superando la versión populista e idealista, para quien pueblo es conciencia de clase en oposición a la masa despolitizada. Esta redefinición de lo popular permitió pensar la diversidad y la pluralidad y revalorizar la relación entre comunicación de masa y comunicación popular, redimensionando este espacio ambiguo y conflictivo en que se produce lo popular, fuera de lo cual es elevado a una categoría abstracta" (Peruzzo, 1998: 113-144).

Conforme continua Peruzzo (1998: 151-152) "la comunicación comunitaria del final del siglo, en Brasil, abarca una diversidad mucho mayor que la comunicación popular de los años 70 y 80, cuando el énfasis se centraba en la propuesta de negación al "status quo", concientización política y organización para transformación de la sociedad capitalista. Actualmente, a pesar de que algunas premisas continúen vivas, la coyuntura es otra, las preocupaciones de las personas también, y así van siendo incluidas otras temáticas y alterándose los lenguajes y formatos, más adecuados al momento actual".

La comunicación, para el movimiento de base, no constituye fin en sí mismo, pero cumple un papel fundamental como un instrumento de organización y educación populares, para Kaplún "la eficacia, operacionalidad y relevancia de la comunicación popular no se mide por la capacidad de competir con los grandes medios de comunicación de masa, como pretenden muchos de aquellos que centran su lucha en la transformación estructural de medios de comunicación de masa en nivel nacional e internacional. Como potenciales dinamizadores del movimiento popular organizado, es lícito afirmar que los medios de base forman parte de una real alternativa social y que pueden jugar un papel histórico transformador independientemente del volumen de su audiencia con relación a un medio de masa" (Cogo, 1998: 43).

En esta perspectiva comunicativa dialógica los teóricos apuntan los resultados logrados en sus pesquisas sobre comunicación comunitaria.

> "Las experiencias muestran que la comunicación popular participativa da su aporte a la edificación de una cultura y una educación democrática. Ayuda a conocer, rescatar y valorar las raíces del pueblo. Altera las dimensiones del comportamiento cotidiano. Socializa el derecho de expresión y los conocimientos técnicos. Desmitifica los medios. Promueve la creación colectiva. Difunde contenidos directamente relacionados a la vida local. Da voz, por la propia voz, a quien era considerada "sin voz". Como en el conjunto de la sociedad, una práctica así caracterizada aún no predomina en esa área. Pero ella puede venir a configurarse. Con la expansión de los instrumentos masivos, existe una inclinación de crecimiento de las radios y TVs comunitarias, que ciertamente han de proporcionar mecanismos de participación más eficientes" (Peruzzo, 1998: 302)

3.4. Libertad de Expresión en América Latina

Uno de los pilares básicos de los sistemas democráticos es el respeto de los derechos fundamentales de los individuos bajo los principios de igualdad y no-discriminación. La historia hemisférica ha demostrado que uno de los desafíos principales para la consolidación de democracias requiere que se intensifique la participación de todos los sectores sociales en la vida política, social, económica y cultural de cada nación. En este sentido, el articulo número 1 (uno) de la Convención Americana[57] establece la necesidad de que los Estados miembros se "comprometan a respetar los derechos y libertades reconocidos en ella y a garantizar su libre y pleno ejercicio de todas las personas que este sujeta a su jurisdicción, sin discriminación alguna por

---

[57] Convención americana sobre derechos humanos. (Suscrita en San José de Costa Rica el 22 de noviembre de 1969, en la Conferencia Especializada Interamericana sobre Derechos Humanos). Disponible http://www.cidh.oas.org/Basicos/Basicos2.htm

motivos de (...) origen social, posición económica (...) o cualquier otra condición social".

El sistema interamericano de derechos humanos establece y define un conjunto de derechos básicos, normas y conductas obligatorias para promover y proteger esos derechos, entre los que se encuentra el derecho a la libertad de expresión.

El derecho a la libertad de expresión es una garantía fundamental para asegurar el Estado de Derecho y las instituciones democráticas. En este sentido, el artículo IV de la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre establece que "Toda persona tiene derecho a la libertad de investigación, de opinión y de expresión y difusión del pensamiento por cualquier medio".[58] Por su parte, el artículo 13 de la Convención Americana[59] señala que

> Artículo 13. Libertad de Pensamiento y de Expresión
>
> 1. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.
>
> 2. El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar:
>
> a. el respeto a los derechos o a la reputación de los demás, o
>
> b. la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.
>
> 3. No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

[58] Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre, aprobada en la Novena Conferencia Internacional Americana, Bogotá, Colombia, 1948, Capítulo Primero, artículo IV.
[59] Convención americana sobre derechos humanos. Disponible http://www.cidh.oas.org/Basicos/Basicos2.htm

4. Los espectáculos públicos pueden ser sometidos por la ley a censura previa con el exclusivo objeto de regular el acceso a ellos para la protección moral de la infancia y la adolescencia, sin perjuicio de lo establecido en el inciso 2.

5. Estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por cualquier motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional.

El Principio 12 de la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión anota que las asignaciones de frecuencia de radio y televisión deben considerar criterios democráticos que garanticen una igualdad de oportunidades para todos los individuos en el acceso a los mismos.

"Los monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación deben estar sujetos a leyes ante-monopolio por cuanto conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de los ciudadanos. En ningún caso esas leyes deben ser exclusivas para los medios de comunicación. Las asignaciones de radio y televisión deben considerar criterios democráticos que garanticen una igualdad de oportunidades para todos los individuos en el acceso a los mismos"[60].

Desde luego, y antes de discutir un poco más del tema de libertad de expresión, me gustaría hacer una breve reflexión a respecto de este tema. Especialmente sobre el artículo 13 (que está íntegro para no haber dudas sobre su contenido), que es el más utilizado por los radiodifusores ilegales para defender la radiodifusión sin reglamentación. En su defensa, ellos utilizan el primer párrafo de este artículo, pero, se "olvidan" de mencionar el párrafo número 2, que reglamenta el párrafo 1 como muy claramente podremos observar en este polémico articulo 13 del que tanto vamos a hablar en el desarrollo de esta tesis doctoral. Vale mencionar también que la Convención Americana fue Suscripta en San José de Costa Rica el 22 de noviembre de 1969, o sea, sólo dos años más tarde que la ley nº 4.117[61], de 27 de agosto de

[60] Comisión Interamericana de Derechos Humanos: Declaración de principios sobre libertad de expresión. Disponible: http://www.cidh.oas.org/Basicos/Basicos13.htm.
[61] Institui el Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT).

1962[62], que los defensores de las radio piratas tanto critican por ser demasiado antigua, pero se olvidan de la fecha de la Convención Americana para intentar explicar sus actitudes.

Hay que decir que en el caso de Brasil, con la ley de las radios comunitarias, el acceso a los medios de comunicación está más democrático que nunca. Cualquiera asociación comunitaria debidamente legalizada puede solicitar una licencia para emitir y la tendrá de acuerdo con las normas de distribución de canales nacionales. Sobre la ley de las radios, hablaremos más adelante en el capítulo 4.

Veamos en seguida como la libertad de expresión puede influencia la vida cotidiana del pueblo y puede ayudar mucho en el desarrollo social, económico y político de una localidad, ayudando en mucho en el desarrollo de una nación. Haremos una breve discusión con respecto al tema basados en algunos informes de la OEA (Organización de los Estados Americanos) y sus extensiones.

El siglo XXI se inicia con una serie de avances y desafíos en lo que respecta al fortalecimiento de los procesos democráticos en las Américas. La búsqueda a nivel hemisférico de una mayor profundización de los sistemas democráticos se ha focalizado en remediar problemas que afectan la justicia social, el desarrollo sostenible y el pleno respeto a los derechos humanos de las personas. Dentro de este contexto, el derecho a la libertad de expresión juega un papel fundamental en el camino hacia la consolidación de las democracias puesto que este derecho comprende la libertad de todo individuo a buscar, recibir y difundir información y opinión como así también el derecho colectivo de participar en forma plena a través del libre intercambio de ideas e información.

El derecho de la libertad de expresión contiene aspectos fundamentales para el desarrollo y fortalecimiento de las sociedades democráticas. La libertad de expresión consolida el resto de las libertades en una democracia al facilitar la participación de los miembros de la sociedad en los procesos de decisiones;

[62] Revocada y con redacción final dada pelo Decreto-ley nº 236, de 28.2.1967.

al constituirse como herramienta para alcanzar una sociedad más tolerante y estable y al dignificar a la persona humana a través del derecho de expresión, intercambio de ideas, opiniones e información. La libertad de expresión, por lo tanto, provee de un marco en el cual los conflictos inherentes a cada sociedad se debatan y resuelvan sin destruir el tejido social manteniendo el equilibrio entre la estabilidad y el cambio. Tal como lo enunciara la Comisión Interamericana de Derechos Humanos[63], la libertad de expresión permite el debate abierto sobre los valores morales y sociales y facilita el discurso político, central para la consolidación de la democracia. "Por lo tanto cuando se obstaculiza la libertad de expresión, la democracia pierde su dimensión social colectiva y permanente, volviéndose un simple arreglo institucional formal en el cual la participación social no es efectiva"[64].

En 1858, J.S. Mill nos dijo que "es de esperar, que haya quedado atrás el tiempo en el que era necesaria la defensa de la libertad de expresión como una de las garantías en contra de gobiernos corruptos o autoritarios[65]". Casi un siglo y medio después del comentario de Mill, sigue existiendo la necesidad de defender la libertad de expresión, y no únicamente en contra de gobiernos dictatoriales, sino también frente a gobiernos elegidos democráticamente.

---

[63] La Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) es un órgano de la Organización de los Estados Americanos (OEA) cuya función primordial es promover el cumplimiento y defensa de los derechos humanos y servir como órgano consultivo de la Organización en esta materia. Las atribuciones de la Comisión derivan fundamentalmente de la Convención Americana sobre Derechos Humanos, de la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre y de la propia Carta de la Organización de los Estados Americanos. Con tal propósito, la Comisión investiga y decide sobre denuncias de violaciones a los derechos humanos, celebra visitas *in loco*, prepara proyectos de tratado y declaraciones sobre derechos humanos, así como informes sobre la situación de los derechos humanos en los países de la región. En lo que se refiere específicamente a la libertad de expresión, la Comisión ha tratado este tema a través de su sistema de peticiones individuales, en los cuales se ha pronunciado sobre casos de censura., crímenes contra periodistas y otras restricciones directas e indirectas a la libertad de expresión. (CIDH, Informe Anual, año 2001, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, pág. 105.) La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión es una oficina de carácter permanente, con independencia funcional y presupuesto propio, que fue creada por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos dentro de la esfera de sus atribuciones y competencias y opera dentro del marco jurídico de ésta. Véase, artículos 40 y 41 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos y el artículo 18 del Estatuto de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos.

[64] CIDH, Informe Anual, año 2001, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, pág. 105.

[65] Mill, J.S. "On Liberty" en "On Liberty and other writings", edited by Stefan Collini, Cambridge University Press, páginas 5 a 115. En: CIDH, Informe Anual, año 1998, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. Pg 13.

Desafortunadamente en los últimos años en el hemisferio, alrededor de 150[66] periodistas han sido asesinados, cientos amenazados, y constantemente son desarrollados mecanismos indirectos para poner límites a la libertad de expresión, ya sea por vía de legislación, sentencias de tribunales de justicia o iniciativas gubernamentales.

La libertad de expresión contempla una amplia gama de actividades que afectan a todos los individuos. En el presente estudio se hace mención sólo a algunos de la amplia variedad de temas que afectan a la libertad de expresión. Indudablemente, la democracia que recorre el continente Americano ha contribuido a un mayor respeto al derecho a la libertad de expresión. Como afirma el Informe anual del relator especial para la libertad de expresión 1999[67] "nunca antes en América ha existido tanta libertad de expresión como en la actualidad". Pero advierte que "estos importantes logros no nos deben hacer caer en el error de pretender que no existen violaciones a la libertad de expresión o que estas son insignificantes".

La libertad de expresión e información en el hemisferio ha mejorado notoriamente en comparación a décadas pasadas, cuando los regímenes dictatoriales o autoritarios restringían fuertemente la libertad de expresión e información. Sin embargo, en muchos Estados, la libertad de expresión e información aún se encuentra amenazada, ya que no se ha creado un clima propicio para su efectiva protección y desarrollo. Una gran variedad de factores han contribuido a esta situación. Entre ellos, podemos mencionar: el asesinato y secuestro de periodistas y las múltiples amenazas e intimidaciones de que son objeto cotidianamente los medios de comunicación y los periodistas en general; la impunidad de los crímenes contra los periodistas; las leyes contrarias a la Convención Americana sobre Derechos Humanos y otros instrumentos internacionales; así como también, la utilización del poder judicial

---

[66] Es difícil establecer con precisión, por ejemplo, el número de periodistas muertos en los últimos años. En muchos casos, no es posible determinar con absoluta certeza el motivo del asesinato. Esta cifra es la utilizada por las distintas organizaciones de defensa de la libertad de expresión en el mundo. En: CIDH, Informe Anual, año 1998, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión.

[67] CIDH, Informe Anual, año 1999, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión.

como mecanismo de hostigamiento e intimidación de periodistas y la censura previa[68].

La Comisión Interamericana de Derechos Humanos, en su informe de 1998 nos ha dicho que

> "las décadas de 80 y 90 pasarán a la historia como fundamentales en cuanto a cambios políticos. Ciudadanos de todos los países americanos dejaron atrás los regímenes opresivos y autoritarios, para recibir gobiernos más abiertos y elegidos a través de procesos electorales. Elecciones libres y transparentes se convirtieron en el instrumento utilizado por la sociedad para retornar al sistema democrático. Indudablemente, estas son una condición necesaria para que exista democracia. Sin embargo, no son una condición suficiente. Los regímenes autoritarios no se van a convertir en democráticos gracias a una sola elección o un par de elecciones, por más libres y transparentes que estas sean".

Según esta Comisión, para lograr un desarrollo democrático participativo y estable, no solamente son necesarias una serie de elecciones, sino también que se desarrollen otros elementos propios de las sociedades democráticas, como son el respeto y reconocimiento de los derechos humanos; un poder judicial y legislativo independiente y eficaz, un sistema de partidos políticos que faciliten una comunicación fluida entre los ciudadanos y sus líderes, una sociedad civil participativa, y sobre todo una amplia libertad de expresión basada en un libre acceso a la información que asegure la existencia de una ciudadanía bien informada para tomar sus decisiones.

Dentro de los requisitos para una democracia estable y participativa, indudablemente la libertad de expresión adquiere una función primordial, ya que sin ella es imposible que se desarrollen los demás elementos para el fortalecimiento democrático. De ahí, que en varias oportunidades se haya considerado la libertad de expresión como la libertad fundamental para la existencia de una sociedad democrática.

Finalmente, dado el reconocimiento por parte de varios Estados de la necesidad de buscar estrategias para combatir los altos índices de corrupción que acechan a las

---

[68] CIDH, Informe Anual, año 1999, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión.

democracias en América Latina, creemos que la promulgación de leyes sobre acceso a la información como forma de fiscalización efectiva de la gestión gubernamental, así como también garantizar una protección amplia a la libertad de expresión, pueden contribuir significativamente a promover la transparencia en la gestión de gobierno. Los medios de comunicación juegan un rol esencial dentro del sistema democrático por su capacidad de indagar, informar a la ciudadanía a través del escrutinio público y fomentar la participación de los mismos. Asimismo, el derecho de acceso a la información se erige como mecanismo de fortalecimiento de los principios fundamentales de transparencia, apertura y escrutinio del accionar del gobierno dentro de una democracia representativa. Creemos que contar con procedimientos que garanticen este derecho es uno de los mecanismos más efectivos para combatir la corrupción que tanto asola Latinoamérica.

Sobre este tema, la Corte Interamericana de Derechos Humanos ha expresado que "la libertad de expresión es una piedra angular en la existencia misma de una sociedad democrática. Es indispensable para la formación de la opinión pública. Es también "*conditio sine qua non"* para que los partidos políticos, los sindicatos, las sociedades científicas y culturales, y en general quienes deseen influir sobre la colectividad, puedan desarrollarse plenamente. Es, en fin, condición para que la comunidad, a la hora de ejercer sus opciones, esté suficientemente informada. Por ende, es posible afirmar que una sociedad que no está bien informada no es plenamente libre."[69]

Asimismo, para que la libertad de expresión se desarrolle plenamente, hace falta que se encuentre efectivamente protegida por la voluntad política de los gobiernos, que cuente con una legislación adecuada que siente las bases legales para su defensa, y un Poder Judicial independiente y eficaz que garantice el ejercicio pleno de este derecho. El respeto por la libertad de expresión, como hemos dicho, ha progresado significativamente en toda América. En comparación con décadas pasadas, cuando gran parte de los países del hemisferio se encontraban bajo gobiernos dictatoriales o fuertemente autoritarios, la democracia ha producido una mayor libertad de

[69] Corte Interamericana de Derechos Humanos, La Colegiación Obligatoria de Periodistas (Arts. 13 y 19 Convención Americana sobre Derechos Humanos), Opinión Consultiva OC-5/85 del 13 de noviembre de 1985. Serie A Nº 5, párr. 47-48. Anexo A. In: CIDH, Informe Anual, año 1998, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión.

expresión. Sin embargo, si las instituciones democráticas son utilizadas como instrumentos para limitar la libertad de expresión, la democracia no encontrará un terreno fértil para continuar avanzando sobre la sociedad. Por el contrario, existirá un terreno fértil para las tendencias autoritarias que aun sobreviven al advenimiento de la democracia.

Hoy en día en varias democracias latinoamericanas existe una debilidad en las instituciones públicas encargadas del control de las autoridades y ciudadanos. Por ejemplo, en muchos casos el Poder Judicial es ineficiente cuando se trata de investigar efectivamente los hechos que llegan a su conocimiento, y en su caso sancionar a los responsables; la corrupción y el narcotráfico han erosionado en numerosos casos las instituciones públicas. En esos Estados, es la prensa quien se ha transformado en el principal instrumento de control de las autoridades y sus ciudadanos, trayendo al debate público aquellos hechos ilegales o abusivos que han evadido los mecanismos de control o han encontrado en estos un aliado o cómplice. Así la prensa en muchas ocasiones se ha transformado en el instrumento más efectivo de control y freno a aquellos actos ilegales o abusivos de las autoridades o particulares, lo que ha ocasionado diversas situaciones de peligro para esta.

La libertad de los individuos para debatir y criticar abiertamente las políticas y las instituciones los protege contra las violaciones a los derechos humanos. La apertura de los medios de difusión no sólo promueve las libertades civiles y políticas, sino que a menudo contribuye a fortalecer los derechos económicos, sociales y culturales. En algunos casos la utilización de los medios de comunicación ha ayudado a generar conciencia pública y ejercer presiones para que se adopten medidas tendientes a mejorar la calidad de vida de los sectores marginales o más vulnerables de la población[70].

Sin embargo, la utilización de los medios tradicionales de comunicación masiva no siempre se presenta como medio accesible para la difusión de las necesidades y reivindicaciones de los sectores más empobrecidos o vulnerables de la sociedad. En este sentido, los medios comunitarios de

---

[70] PNUD, Informe sobre desarrollo humano 2000: Capitulo 3: la democracia incluyente garantiza los derechos, pág. 58.

comunicación y difusión vienen insistiendo desde hace tiempo para incluir en las agendas nacionales, estrategias y contenidos que atiendan a las necesidades de estas comunidades.

Dicho eso, el Informe Anual de la relatoría para la libertad de expresión 2002 hace una valiosa referencia a este tema cuando nos dice que:

> "Las radios llamadas comunitarias, educativas, participativas, rurales, insurgentes, interactivas, alternativas y ciudadanas son, en muchos casos, y cuando actúan en el marco de la legalidad, las que ocupan los espacios que dejan los medios masivos; se erigen como medios que canalizan la expresión donde los integrantes del sector pobre suelen tener mayores oportunidades de acceso y participación en relación a las posibilidades que pudieran tener en los medios tradicionales".

O sea, no hay dudas de que la libertad de expresión es buena y muy importante para el desarrollo de una nación como decimos desde el inicio de este capítulo, pero hay que hacer eso de una forma organizada, así como dice este informe: "en el marco de la legalidad". Y para no tener dudas sobre el tema, el informe continúa:

> "Las radios comunitarias, que deben actuar en un marco de legalidad facilitado por los Estados, responden en muchos casos a las necesidades, intereses, problemas y expectativas de sectores muchas veces relegados, discriminados y empobrecidos de la sociedad civil. La necesidad creciente de expresión de las mayorías y minorías sin acceso a medios de comunicación, y su reivindicación del derecho de comunicación, de libre expresión de ideas, de difusión de información hace imperante la necesidad de buscar bienes y servicios que les aseguren condiciones básicas de dignidad, seguridad, subsistencia y desarrollo. En muchos casos, estas emisoras pueden, actuando dentro del marco de la legalidad, facilitar la circulación libre de información alentando la libertad de expresión y el diálogo dentro de las comunidades para promover la participación".

Reguillo (2001: 4) nos señala que "El acceso equitativo, digno e imaginativo a los medios como síntesis contemporánea de lo público, es una manera fundamental de romper la lectura "individualizada" e insular de la pobreza, a condición de superar esa visión que asume que más medios, más notas o programas sobre pobreza y pobres, más crónicas (desde fuera),

constituyen realmente la ascensión de los sectores marginales de cara a una comunicación democrática".

Dada la importancia que pueden tener estos canales de ejercicio de la libertad de expresión comunitaria, resulta inadmisible que las radios comunitarias que tengan licencia para funcionar, hagan un uso no creativo de esta licencia y sencillamente operen de acuerdo con la “radio fórmula”, o sea, de acuerdo con las miles de emisoras comerciales ya existentes y no haciendo nada diferente de lo habitual.

Por lo expresado, entendemos que los Estados en su función de administradores de las ondas del espectro radioeléctrico deben asignarlas de acuerdo a criterios democráticos que garanticen una igualdad de oportunidades a todos los individuos en el acceso a los mismos. Pero sabemos que eso no basta, es preciso también hacer una verificación y comprobar si estas emisoras comunitarias realmente están funcionando de acuerdo con la ley que las reglamenta y si realmente están llevando algo nuevo a la comunidad que les compete, para no transformar este importante medio en un *mass media* más. Y justo eso es uno de los objetivos de esta tesis.

Como observamos y hemos dicho varias veces en este apartado, la libertad de expresión y el acceso a la información son fundamentales para la democracia de un país. Mediante el ejercicio de la libertad de expresión y el acceso a la información, la sociedad en general puede evitar y prevenir el comportamiento impropio oficial. La importancia de la libertad de expresión en el continente Americano fue reafirmada nuevamente en el año 2003. La Declaración de Santiago sobre Democracia y Confianza Ciudadana, aprobada por aclamación por los Ministros de Relaciones Exteriores de los Estados Miembros de la OEA, reconoce que la democracia se fortalece mediante el respeto pleno de la libertad de expresión, el acceso a la información y la libre difusión de ideas, y que todos los sectores de la sociedad, incluidos los medios a través de la información que suministran a los ciudadanos, pueden contribuir

a un ambiente de tolerancia de todas las opiniones, la promoción de una cultura de paz, y el fortalecimiento de la gobernabilidad democrática.[71]

La pobreza y la marginación social en que viven amplios sectores de la sociedad en América, afectan la libertad de expresión de los ciudadanos del hemisferio, toda vez que sus voces se encuentran postergadas y por ello fuera de cualquier debate. La pobreza[72] puede llevar a violaciones de distintos derechos humanos. La Convención Americana señala en su preámbulo que "sólo puede realizarse el ideal del ser humano libre, exento del temor y de la miseria, si se crean condiciones que permitan a cada persona gozar de sus derechos económicos, sociales y culturales, tanto como de sus derechos civiles y políticos". En el mismo sentido, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH[73]) ha señalado que

> "ciertamente, los requerimientos del derecho humano a una vida digna trascienden los contenidos igualmente fundamentales del derecho a la vida (entendido en su sentido más estricto), del derecho a la integridad personal, del

---

[71] CIDH, Informe Anual, año 2003, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. Pg 77.

[72] Según el informe de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), América Latina cuenta con 200 millones de pobres (un 44% de la población). Encabezan los países mas pobres Honduras (79.1%), Nicaragua (67.4%), Paraguay (61.8%), Bolivia (61.2%), Ecuador (60.2%), Guatemala (60.4%), Colombia (54.9%) y El Salvador (49.9%). También con índices altos se encuentran Perú (49%), Venezuela (48.5%), México (42.3%). Le siguen a estos países Brasil (36.9%), Panamá (30.8%), Argentina (30.3%), República Dominicana (29.2%), Costa Rica (21.7%) Chile (20%) y Uruguay (11.4%). Hacia 1998 el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) calculaba que 150 millones de personas en América Latina y el Caribe vivían en la pobreza, lo que es igual decir que uno de cada tres habitantes está viviendo una situación de pobreza. Lustig, Nora y Deutsch, Ruthanne, *The Inter-American Development Bank and Poverty Reduction: An Overview*, pág. 2 BID Washington, marzo de 1998. IN CIDH, Informe Anual, año 2002, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión.

[73] La Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) es una de las dos entidades del sistema interamericano de protección y promoción de los derechos humanos en las Américas. Tiene su sede en Washington, D.C. El otro órgano es la Corte Interamericana de Derechos Humanos, con sede en San José, Costa Rica. La CIDH es un órgano principal y autónomo de la Organización de los Estados Americanos (OEA), cuyo mandato surge de la Carta de la OEA y de la Convención Americana sobre Derechos Humanos, y que actúa en representación de todos los países miembros de la OEA. Está integrada por siete miembros independientes que se desempeñan en forma personal, que no representan a ningún país en particular y que son elegidos por la Asamblea General. La CIDH se reúne en Períodos Ordinarios y Extraordinarios de sesiones varias veces por año. Su Secretaría Ejecutiva cumple las instrucciones de la CIDH y sirve de apoyo para la preparación legal y administrativa de sus tareas.

> derecho a la libertad personal, de los derechos relacionados con el sistema de democracia representativa y de los demás derechos civiles y políticos".[74]

En un trabajo realizado por el Banco Mundial[75], intitulado "La voz de los pobres. ¿Hay alguien que nos escuche?" se pudo determinar el escaso grado de participación que tienen los sectores pobres del mundo y en particular los de América Latina. A los pobres se les ha negado históricamente acceder a información e influir en decisiones que afectan profundamente sus vidas cotidianas, y por lo tanto se encuentran desposeídos de su derecho de participación activa en el quehacer nacional[76].

La Comisión Interamericana ha reiterado en numerosas ocasiones que la pobreza es una negación fundamental de los derechos humanos al decir:

> "La pobreza extrema constituye una violación generalizada a todos los derechos humanos, tanto civiles y políticos como sociales, económicos y culturales. Los requerimientos del derecho humano a una vida digna trascienden los contenidos igualmente fundamentales del derecho a no ser ejecutado arbitrariamente, del derecho a la integridad personal, del derecho a la libertad personal, de los derechos relacionados con el sistema de democracia representativa y de los demás derechos civiles y políticos. Además de destinar recursos públicos por un monto suficiente para los derechos sociales y económicos, los Estados deben velar por el uso apropiado de tales recursos. La experiencia demuestra que la pobreza extrema puede afectar seriamente la institucionalidad democrática, pues constituye una desnaturalización de la democracia y hace ilusoria la participación ciudadana, el acceso a la justicia y el disfrute efectivo, en general, de los derechos humanos".[77]

En este sentido, el efectivo respeto a la libertad de expresión es una herramienta fundamental para incorporar a quienes, por razones de pobreza, son marginados tanto de la información, como de cualquier diálogo. Dentro de

---

[74] CIDH, Segundo Informe sobre la Situación de los Derechos Humanos en Perú, 2000, cap. VI.1 y 2. IN CIDH, Informe Anual, año 2002, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión.

[75] Narayan, Deepa, La voz de los pobres. ¿Hay alguien que nos escuche? Banco Mundial, 2000. En CIDH, Informe Anual, año 2002, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión.

[76] Public Hearing at the Committee on Foreign Affairs, Sub-Committee on Human Rights in Brussels, presentation by Frances D'Souza, Article 19: Freedom of Expression: The First Freedom? 25 Abril 1996. IN CIDH, Informe Anual, año 2002, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión.

[77] Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Tercer Informe sobre la Situación de los Derechos Humanos en Paraguay, 2000, Cap. V. 17.

este marco de referencia, es deber del Estado garantizar la igualdad de oportunidades a todas las personas para recibir, buscar e impartir información por cualquier medio de comunicación sin discriminación, eliminando todo tipo de medidas que discriminen a un individuo o grupo de personas en su participación igualitaria y plena de la vida política, económica y social de su país.[78] Este derecho garantiza una voz informada para todas las personas, condición indispensable para la subsistencia de la democracia. En el Informe anual de la relatoría para la libertad de expresión 2002 en el capítulo que trata de la libertad de expresión y pobreza, el Relator Especial considera que es precisamente a través de una participación activa y pacífica de toda la sociedad en las instituciones democráticas del Estado donde el ejercicio de la libertad de expresión se manifiesta plenamente permitiendo mejorar la condición de sectores históricamente marginados. En este orden de ideas, la Relatoría entiende que para garantizar el pleno ejercicio de la libertad de expresión de los pobres sin discriminación, los Estados deben procurar la búsqueda de condiciones que habiliten la participación activa de los pobres dentro de la vida político, social, económico y cultural de las naciones.

En el informe sobre desarrollo humano del PNUD[79] se ha señalado que los pobres, en general, son los que tienen menos posibilidades de obtener información sobre decisiones y políticas públicas que los afectan directamente, privándolos de información vital para sus vidas como ser, entre otros, información sobre la existencia de servicios gratuitos, conocimiento de sus derechos, acceso la justicia, etc. A su vez, estos sectores tienen menor acceso

[78] Véase CIDH, Documentos Básicos en Materia de Derechos Humanos en el Sistema Interamericano, OEA/ser.L/V/II92/rev. 3, 3 mayo de 1996.

[79] El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo tiene como mandato central el combate a la pobreza. En respuesta al compromiso de los líderes mundiales de alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), el PNUD adopta una estrategia integrada, siempre respetando las especificidades de cada país, para la promoción de la gobernabilidad democrática, el apoyo a la implantación de políticas públicas y al desarrollo local integrado, la prevención de crisis y la recuperación de países devastados, la utilización sostenible de la energía y del medio ambiente, la diseminación de la tecnología de la información y comunicación en pro de la inclusión digital, y la lucha contra el HIV/AIDS. El PNUD es una institución multilateral y una red global presente hoy en 166 países, pues está consciente de que ninguna nación puede administrar sola la creciente agenda de temas del desarrollo; http://www.undp.org/spanish/

a las fuentes de información tradicionales para expresar sus opiniones o hacer públicas denuncias sobre violaciones a sus derechos básicos.[80]

La Relatoría para la Libertad de Expresión entiende que existe una íntima relación entre el pleno ejercicio del derecho a la libertad de expresión o, mejor dicho, la falta de este ejercicio, con la pobreza. Uno de los objetivos de las democracias es aumentar la participación política y la toma de decisiones a todo nivel y desarrollar políticas que faciliten el acceso de la población a temas que los afectan directamente. En este sentido, las democracias facultan a las sociedades a la participación activa a través del acceso a la información, la creación de entes de participación y la tolerancia al disenso.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos establece, en sus artículos 27 y 29, que todos los hombres tienen el derecho de participar libremente de la vida de la comunidad y que, por otro lado, tienen deberes para con esta misma comunidad, en la cual es posible el libre y pleno desarrollo de su personalidad. Y, en 1976, la Conferencia de las Naciones Unidas dejó constar que la participación popular es un derecho humano, un deber político y un instrumento esencial de construcción nacional (Peruzzo, 2004: 275).

Para Peruzzo (1998: 276) la era pos-industrial es una síntesis del progreso y del retraso.

> “El mundo experimenta un desarrollo tecnológico extraordinario y una creciente globalización de mercados. Sin embargo, continúan visibles y se profundizan cada vez más los contrastes entre países que gozan de una situación envidiable de bienestar y otros donde millones de personas superviven en condiciones indignas, evidenciando un creciente desequilibrio ecológico, tanto en el medio ambiente cuanto en las relaciones sociales y en la subjetividad del individuo. Son contradicciones de una sociedad que no optó por poner las potencialidades de la ciencia y de la técnica, primordialmente, a servicio del hombre y de todos los hombres”.

Esa situación, según Peruzzo, señaliza la necesidad de salidas que propicien el envolvimiento ampliado de la población en la búsqueda de la

[80] PNUD, Informe sobre Desarrollo Humano 2000: Capítulo 4: Derechos que facultan a las personas para combatir la pobreza, pág. 78

democratización del poder, poniendo la sociedad a servicio de los hombres, de forma igualitaria, y extendiendo los derechos de ciudadanía. Para Morin (1986: 343), “la revolución no depende más de un agente principal (el partido, el proletariado), de una acción principal (la toma de poder), de un núcleo social principal (los medios de producción); necesita de múltiplas mudanzas/transformaciones/revoluciones simultáneamente, autónomas e independientes, en todas las áreas. (...) No hay ningún lado bueno por donde empezar; es preciso empezar por todos los lados al mismo tiempo”. Uno de esos lados es, sin duda, el de la comunicación, bajo todas las formas de que esta pueda revestirse. Y aquí la necesidad de cambios es incontestable.

Garantizar el acceso a la información en poder del Estado contribuye a aumentar la transparencia de los actos de gobierno y la consecuente disminución de la corrupción en la gestión estatal.

La corrupción estatal afecta directamente a los pobres toda vez que, por ejemplo, los presupuestos relacionados con asignaciones de proyectos de obras públicas se encuentren involucrados. El informe “La voz de los pobres. ¿Hay alguien que nos escuche”? señala que (Narayan, 200: 83) los pobres tienen amplia e íntima experiencia sobre el efecto adverso que tiene la corrupción en la atención de la salud, la educación, el abastecimiento de agua, la explotación forestal, los programas de ayuda que ofrece el gobierno y, en su caso, la asistencia social en sus vidas cotidianas. El fenómeno de la corrupción no solo atañe a la legitimidad de las instituciones públicas, a la sociedad, al desarrollo integral de los pueblos y a los demás aspectos de carácter más general mencionados anteriormente sino que tiene además un impacto especifico en el disfrute efectivo de los derechos humanos de la colectividad en general y los pobres en particular.[81] La Comisión Interamericana ha sostenido que la corrupción tiene una incidencia adversa en el campo de la protección de los derechos económicos, sociales y culturales al decir que:

> “La corrupción es uno de los factores que puede impedir al Estado “adoptar las medidas necesaria (hasta el máximo de los recursos disponibles) a fin de lograr progresivamente la plena efectividad de tales derechos. Al respecto, se ha

[81] CIDH, Informe sobre la situación de derechos humanos en Paraguay 2001, Capitulo II.pg45.

señalado que los recursos máximos disponibles no se utilizan tan efectivamente como seria posible hacia la plena realización de los derechos económicos, sociales y culturales cuando una porción sustancial de los recursos naturales van a la cuenta privada de un alto funcionario, o cuando la ayuda para el desarrollo es erróneamente dirigida, utilizada o apropiada".82

El informe "La voz de los pobres. ¿Hay alguien que nos escuche?" asimismo, identifica que los pobres enfrentan muchos obstáculos cuando tratan de lograr acceso a los servicios que ofrece el gobierno. En general, estos sectores de la población tienen poca información sobre las decisiones del gobierno o de entes privados que inciden profundamente en sus vidas. Por otra parte, el informe antes citado agrega: "Cuando las instituciones del Estado se deterioran, los servicios como la educación y la atención de salud se convierten en privilegios a los que tienen acceso principalmente los que ya tienen poder y recursos." (Narayan, 2000: 22). En ese sentido, existe una necesidad imperante de, por un lado, garantizar los canales necesarios para que los pobres fortalezcan sus propias organizaciones, tanto en las comunidades en sí como en redes entre comunidades y ejercer de este modo su derecho a las información y a que se les rindan cuentas sin temor a repercusiones personales negativas y, por otro, que los Estados desarrollen leyes y reglamentaciones de acceso a la información no discriminatorias y de fácil acceso. La falta de acceso a la información coloca indiscutiblemente a los sectores más carentes de la sociedad en una situación de vulnerabilidad respecto a posibles actos abusivos de particulares y acciones de corrupción por parte de entes estatales y sus funcionarios" (Narayan, 2000: 104).

Como señalara la Relatoría en su informe del año 2001, en el Plan de Acción de la Tercera Cumbre de las Américas se promueve la necesidad de apoyar iniciativas que permitan una mayor transparencia para asegurar la protección del interés público e impulsar a que los gobiernos utilicen sus recursos efectivamente en función del beneficio colectivo.[83] Por eso decimos que las radios comunitarias son positivas, porque además de fomentar la cultura e historia de las comunidades, ellas pueden ser un fuerte instrumento

[82] CIDH, Informe sobre la situación de derechos humanos en Paraguay 2001, Capitulo II: 48.
[83] Véase Tercera Cumbre de las Américas, Declaración y Plan de Acción, Quebec, Canadá, 20-22 de abril de 2001.

de comunicación dentro de las comunidades. .Dentro de este contexto, la Relatoría considera que la corrupción puede ser adecuadamente combatida a través de una combinación de esfuerzos dirigidos a elevar el nivel de transparencia de los actos del gobierno.[84] Cualquier política dirigida a obstaculizar el acceso a información relativa a la gestión estatal, a la que tienen derecho todas las personas, tiene el riesgo de promover la corrupción dentro de los órganos del Estado debilitando así las democracias. El acceso a la información se constituye como forma preventiva contra estas prácticas ilegales que azotan a los países del hemisferio (Sánchez, 2000: 3). La transparencia de los actos del gobierno puede ser incrementada a través de la creación de un régimen legal en el cual la sociedad tenga acceso a la información.

Resumiendo, el derecho de acceso a la información se constituye como herramienta legal para alcanzar la transparencia de los actos del Estado como así también como medio de fiscalización y participación efectiva de todos los sectores de la sociedad sin discriminación (Sánchez, 2000: 11). Propiciar y promover el acceso a la información de los sectores mas empobrecidos de las sociedades de Latinoamérica habilitaría su participación activa e informada sobre el diseño de políticas y medidas públicas que afectan directamente sus vidas. “La gente no quiere participar pasivamente, limitándose a emitir el voto en las elecciones, lo que quiere es participar activamente en las decisiones y los acontecimientos que determinan sus vidas”.[85] Sin embargo, eso no es una realidad en nuestros tiempos. Los sectores más empobrecidos de nuestro hemisferio confrontan políticas y acciones discriminatorias, su acceso a información sobre la planificación y ejecución de medidas que afectan sus vidas diarias es incipiente y en general los canales tradicionales de participación para hacer públicas sus denuncias se ven muchas veces cercenados. Ante este escenario, en muchos países del hemisferio, la protesta y movilización social se han constituido como herramienta de petición a la autoridad pública y también como canal de denuncias públicas sobre abusos o violaciones a los derechos humanos. En el texto de una proposición de las Naciones Unidas estaba escrito que hay:

---

[84] Véase Convención Interamericana Contra la Corrupción del Sistema Interamericano de Información Jurídica, OEA.
[85] PNUD, Informe sobre desarrollo humano 2000, pág. 38.

> “una frustración de los países en desarrollo de que sus “ventanas al mundo” son filtradas por las lentes escogidas y ajustadas de los países desarrollados, industriales. Su propia infraestructura de información – periódicos, estaciones de radio y televisión, satélites y llamadas internacionales y nacionales de microondas; agencias de noticias, institutos de entrenamiento; unidades de producción de películas – es pequeña y dispersa. Pocos países tienen los requisitos mínimos de la UNESCO de diez copias de periódicos diarios, cinco aparatos de radio, dos aparatos de televisión y dos lugares en el cine para cada grupo de mil personas. Un periodista en Bombay puede telefonear más rápidamente y más fácilmente para Londres o Nueva York que para Cabul o Dar Es Salaam.” (Burke e Briggs, 2002: 260).

Nos relatan todavía Burke y Briggs que durante la década de 1960, apenas un cuarto de las noticias distribuidas por las cuatro agencias de noticias en el Occidente (AFP, AP, Reuters y UPI) se originaban o trataban de países en vías de desarrollo, aunque la población de esas regiones constituyese casi “dos tercios de la humanidad”. Además, como destacaban los críticos, los más influyentes de ellos de orientación marxista, la mayor parte de las noticias del Tercer mundo eran negativas, en semejanza con el “Bad News”. Los asuntos mencionados eran desastres, intrigas militares o políticas, problemas de escasez y hambre. Más tarde las reclamaciones se desviaron para atacar los satélites de radiodifusión, vistos como amenaza a la identidad cultural, y la distribución de frecuencias en el espectro de la radio, aún concebidas como escasa fuente de comunicación. “Aunque hubiese 600 millones de teléfonos en el mundo en 1982, la mitad de la población mundial moraba en países que, juntos, tenían menos de diez millones de teléfonos”.

3.5. La radio comunitaria en América latina

En la concepción de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC[86]), entidad fundada en agosto de 1983, durante Congreso promovido por la ONU, con sede en Montreal, Canadá, radio comunitaria, popular, educativa, asociativa, libre, participativa, interactiva, pública o rural, es referencia a un mismo desafío: democratizar la palabra para democratizar la sociedad.

> "Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésa es una radio comunitaria[87]".

La AMARC es hoy una asociación no-gubernamental que presta servicios al movimiento de las radios populares. Su trabajo consiste en promover, facilitar y coordinar la cooperación y el intercambio entre emisoras de todo el mundo. La dirección de la entidad es compuesta por diez miembros representantes de todos los continentes:

[86] La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) es una organización no gubernamental internacional al servicio del movimiento de las radios comunitarias. Su objetivo es apoyar y abogar por el desarrollo de la radio comunitaria y participativa, de acuerdo con principios de solidaridad y cooperación internacional. Creada en 1983, AMARC cuenta actualmente con cerca de 3.000 miembros en 106 países. Su Oficina Internacional se encuentra en Montreal, Canadá y sus coordinaciones regionales en Africa, América del Norte, América Latina y el Caribe, Asia, Europa y Oceanía. AMARC defiende el Derecho a la Comunicación como un derecho humano universal en los niveles vecinales, locales, nacionales e internacionales. La organización apoya la comunicación democrática como un elemento esencial para la vigencia de las democracias. Igualmente, proporciona capacitación práctica, asistencia técnica y oportunidades de alianzas para y entre productores y radiodifusores. Disponible en www.amarc.org

[87] Texto de abertura de la página WEB de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias. Disponible en http://amarc.org/

> “Radios libres en Brasil, comunitaria en la Argentina, participativas en Nicaragua, populares en Ecuador y Perú (...) ¿pero cuándo decimos radio comunitaria a qué definición estamos nos refiriendo? Llamar comunitario por la potencia de su antena sería una reducción peligrosa porque una radio comunitaria cuando creciese perdería su propia definición. Si consideramos la propiedad también tendremos problemas. En América Latina, hay excelentes experiencias de construcción democrática en radios de las iglesias progresistas, radios privadas que pasan anuncios comerciales y se mantienen como empresas, radios de propiedad más común y radios del Estado. Lo que define una radio comunitaria son los objetivos que persigue: democratizar la palabra que está concentrada en pocas bocas y en poquísimas manos para que nuestra sociedad sea más democrática”[88].

3.5.1. Orígenes

Estas emisoras existen desde hace más de 50 años en Latinoamérica y han influido tanto en la historia de sus pueblos como de sus gobiernos. Las radios comunitarias latinoamericanas han educado a sus gentes, han mejorado la situación de pequeñas poblaciones, han combatido dictaduras y han participado en varios hechos históricos en este continente. Son, en definitiva, un ejemplo del buen uso de los medios de comunicación, la muestra viva de la capacidad socializadora de la radio. Nacidas con vocación educativa y evangelizadora, hoy se adaptan a los tiempos con programas de rearticulación civil y desarrollo.

En 1947, la Radio Sutatenza comenzaba un proyecto que serviría como modelo de muchos otros en Latinoamérica. El Padre José Joaquín Salcedo había llegado al pueblo de Sutatenza, en Colombia, con ganas de mejorar la vida de sus habitantes, con ganas de darles nuevos motivos para luchar, y lo hizo con su transmisor de 90 vatios y una idea: llevar la educación al 80% de

[88] José Ignácio Lopez Gil, coordinador de la AMARC. En: Y usted, aún no tiene su FM comunitaria? Chasqui – Revista Latinoamericana de Comunicación, Quito, CIESPAL, n 45m abr 1993: 8.

campesinos analfabetos a través de la radio. Así, respaldada por la Iglesia, nacía la primera radio comunitaria de la otra América que luego sería imitada en todos los rincones, desde Caracas hasta Tierra del Fuego.

La historia ha sido la encargada de remodelar este proyecto. La década de los 60 fue crucial; la Revolución Cubana de Castro, la Teología de la Liberación, y, en general, el auge de los movimientos populares y de resistencia paralelos a la creación de regímenes totalitarios ampliaron el concepto de la radio social, convirtiéndola, en algunos casos, en verdaderos focos de resistencia ante injusticias sociales, políticas represivas e, incluso, golpes de Estado. Es el caso de las Radios Mineras de Bolivia, emisoras sindicales que informaron del golpe militar del General García Maeza, en 1980, hasta que los disparos sustituyeron a la voz del locutor; o el caso de Radio Quillabamba en Perú, que era la única que contaba los enfrentamientos entre Sendero Luminoso y el ejército cuando nadie quería hablar del tema.

Para comprender el surgimiento de la radio comunitaria en América Latina, es necesario remontarse a los orígenes de la radio en Europa (sobre todo las radios libres de Francia y Italia) y en América. Esto nos ayudará a ubicarnos en una real dimensión de lo que significa la radio comunitaria en América Latina, donde se han adoptado algunos elementos de estos modelos, pero con predominio de la radio comercial sobre la radio pública. Sin embargo, esta mezcla ha dado lugar a una variedad de tipos de radio, entre ellas, la radio comunitaria.

A mediado de los años cuarenta, tres décadas antes que se generalizara en Europa la diversidad en los medios de comunicación, en América Latina en pequeñas comunidades de campesinos o mineros ya estaban en condiciones de operar sus propias radios, no solamente como un desafío al monopolio estatal de los medios, sino también para expresar, por vez primera, sus propias voces.

> "Las luchas sociales de los años sesenta y setenta y la resistencia a las dictaduras militares que llegaron al poder por cortesía de la CIA, no hicieron sino contribuir a multiplicar por miles las radios comunitarias y independientes"[89].

Regina Festa[90] (1986: 35) nos dibuja el contexto político en el momento que comenzaron a surgir los medios alternativos en América Latina. Los sectores populares y sus organizaciones, limitadas de todo acceso a los medios comerciales o controlados por las dictaduras, empezaron a utilizar otros medios de comunicación, como radios y periódicos comunitarios, producciones locales de video y teatros de barrio. Asimismo, Fox al respecto manifiesta:

> "Los medios alternativos eran nuevos en América Latina. Históricamente, la región había albergado millares de formas diversas y variadas de expresión cultural. Eran muchos los que utilizaban la radio, los casetes, las cámaras de video y los aparatos de grabación. Esos medios eran obras de individuos o grupos que económica, étnica, política, geográfica y culturalmente estaban excluidos del poder" (1989: 44).

Los medios alternativos sustituían o suplantaban las funciones de información, opinión y entretenimiento de los *mass-media* tradicionales. Además, eran una forma de expresión y de protesta en una sociedad que sospechaba que una nueva idea constituía algo peligroso. No obstante, lo alternativo no constituye por sí mismo una respuesta providencial frente a los problemas comunicativos ni pretende reemplazar a los medios tradicionales. Sin caer en extremismos, es preciso reconocer su capacidad de acción, sus posibilidades como actor de cambios y sus límites al enfrentar la compleja realidad de las sociedades latinoamericanas. La radio comunitaria con su persistencia ha dado y está dando una respuesta a las necesidades comunicacionales en toda América Latina.

---

[89] Alfonso Gumucio Dagron: www.comminit.com/la/lahaciendoolas/sld-931.html

[90] Al inicio de los años 80, la investigadora Regina Fiesta levantó 33 términos utilizados para designar la comunicación comunitaria. Entre ellos, destacamos: comunicación alternativa, comunicación popular alternativa, comunicación participativa, , comunicación comunitaria, comunicación grupal, comunicación de base, comunicación emergente, comunicación de resistencia, comunicación militante, comunicación de los marginados, comunicación libertadora, comunicación dialógica,, comunicación del oprimido, comunicación horizontal, prensa pequeña, prensa popular, prensa sindical. En: Festa, 1986: 35.

3.5.2. La comunicación alternativa en Europa

Para Masagão et al. (1987: 60), “las radios libres europeas nada tienen que ver, sin embargo, con las radios piratas, cuya historia es anterior y completamente otra”. Según los autores, hay una enorme confusión terminológica en esa área. Radios piratas, radios periféricas y radios libres fueron tres frentes diversos de corrosión del todopoderoso monopolio estatal de las telecomunicaciones, vigente en Inglaterra, en Italia y en Francia hasta mediados de este siglo, a través de los órganos BBC (Bristish Broadcasting Corporation), RAI (Radio-Televizione Italiana) y ORTF (Office de Radiodiffusion – Télévision Française) respectivamente. Para los autores, “la piratería es un fenómeno típicamente inglés”. Desde el final de los años 50, algunas emisoras fueron montadas dentro de barcos, para emitir fuera de las aguas territoriales del Reino Unido como forma de burlar la tutela estatal. Para Masagão “esas emisoras eran “piratas” también en otro sentido. Buscaban el oro, a través de la conversión de la radio en un vehículo comercialmente lucrativo”.

Nos cuenta Burke e Briggs (2002: 246) que en 1974, en Italia, las decisiones de la Corte constitucional, confirmando la necesidad de servicios públicos de transmisiones de radio y televisión basados en objetividad e imparcialidad, acabaron por abrir camino para sistemas de radiodifusión privados y – luego de la ley de transmisiones de 1975 – también para una extraordinaria explosión de empresas privadas, la mayoría de las cuales no sobrevivió.

> “En 1978 había más de 506 canales locales de televisión y 2.275 estaciones de radio. Había ahora más estaciones por persona que en Estados Unidos. Diez años después, la contraparte española de la Corte italiana tomó decisión semejante, destacando que, como la constitución no citaba la cuestión de las transmisiones, ninguna estructura era explícitamente prohibida. Alegaba aunque se podría considerar que el principio constitucional de libertad de expresión incluía el principio de la libertad para transmisión de radio y televisión – un juicio no reconocido en Estados Unidos, donde la telegrafía, la telefonía, la radio y la televisión operaban según principios legales diferentes de los seguidos por las publicaciones” (2002: 246).

El escenario de Italia, sin embargo, continuó evolucionando y no fue copiado por España. En 1980 Silvio Berlusconi inauguró un canal casi nacional, el *Canale 5*, y después compró otros canales italianos en 1983 y 1984. Su conglomerado financiero, la Fininvest, controlaba ahora tres canales contra tres de la RAI, una situación de doble monopolio que fue sancionada por ley en 1990. Sin embargo la RAI sobrevivió, como sobrevivió a la caída de los dos partidos políticos italianos, los demócratas-cristianos y el de los socialistas, así como a la elección de Berlusconi para primer ministro de 2001.

En entrevista personal realizada a Ángel Faus Belau, gran nombre del medio radio en España, el 26 de mayo de 2005, él me ha dicho que las radios comunitarias de Brasil "nada tiene que ver con las radios libres en Europa en su época". Cabe destacar que la realidad comunicacional regional y local europea no puede ser contrastada por los mismos padrones que, por ejemplo, en Brasil, pues en Europa hay países multilinguísticos y multiculturales, con fenómenos importantes de inmigración, lo que no ocurre en Brasil. En Europa tampoco existen megalópolis de la dimensión de São Paulo, donde casi el doble de la población de países como Grecia o Portugal se comprime en un área muy inferior, y se encuentran países que en territorio y población son el equivalente a menos de un barrio de São Paulo. Hay, sin embargo, dos o tres excepciones, como las regiones metropolitanas de Paris y Londres, que concentran cerca de ocho millones de habitantes cada una.

Cordialmente Faus me ha hecho un pequeño resumen aséptico de la radio en Europa. Él me ha dicho que cuando nace la radio en Europa en los 20, estaba ligada a dos puntos: radio privada y servicios militares. Era el principio de la radiotelegrafia, y como ejemplo me ha señalado la historia del Titanic. Cuando comienza a funcionar la radio regularmente la radio privada pasa a ser servicio público estatal y pasa a ser monopolio. Los gobiernos toman conocimiento de la importancia de este aparato en las vidas de sus ciudadanos. En muchos países de Europa, la radio estaba caracterizada por el monopolio estatal.

Con el paso de los años, en 1974/75, empiezan a producirse en Europa, movimientos políticos de izquierda, comunistas, y ellos empezaron a plantear

este asunto de la comunicación en los estados democráticos: en favor de las radio libres en contra del monopolio. O sea, según Faus, estas radios surgieron al principio, con una connotación política, y muchas, poco a poco fueron perdiendo su sentido y cerrando sus puertas.

Según Faus, podríamos decir que las radios piratas tenían un carácter comercial, las emisoras llamadas libres un carácter político y las comunitarias tenían la simple intención de mascarar su intención.

Es de constatar también el monopolio estatal, que en muchos Europeos se extenderá hasta la década de 80. O sea, "el destino de las radios libres europeas fue ensillado con su legalización. Ellas que habían sabido resistir a todas las modalidades de represión, no estaban listas para enfrentar el arma más traicionera: la institucionalización" (Masagão, 1987: 77).

La monopolización de los sistemas de radio y televisión por los estados europeos se prolongó, en muchos países, hasta los años ochenta, aunque, a partir de allí, las directrices europeas y las presiones internas en cada país hayan alterado profundamente el escenario mediático y abierto la explotación de radios y televisiones a los privados. Sin embargo, los estados europeos continúan, normalmente, presentes en los escenarios de la radio y de la televisión y sus estaciones públicas aprovecharon, en muchos casos, la apertura de la radio y de la televisión a la iniciativa privada y a la regionalización para reestructurarse. El aparecimiento de canales y centros de producción regionales de las emisoras de radio y televisión estatales ilustra esa afirmación. La comunicación social regional y local está presente en todos los países europeos, reflejando simultáneamente compromisos de ciudadanía y la satisfacción de las necesidades comunicacionales de las comunidades regionales y locales. "Las propias organizaciones mediáticas estatales tuvieron que adaptarse a las solicitaciones de los ciudadanos, que desean tener información y periodismo de proximidad. Por lo menos a escala comunicacional existe una Europa de las Regiones", destaca Sousa (2002: 5).

La historia de las radios comunitarias ofrece un paisaje harto y diversificado, vinculándose estrechamente a movimientos sociales de todas las

partes del globo (Girart, 1992). En Europa Occidental, el inicio de la trayectoria de estas emisoras remite al movimiento de las radios libres, contra el monopolio estatal del espacio radioeléctrico. En América del Norte y Australia, luego se vinculó a la promoción y defensa de identidades culturales y derechos locales, sobre todo a través de radios indígenas y de minorías. En África, a la necesidad de respeto a la pluralidad lingüística y promoción de la educación rural. En América Latina, al movimiento educativo y religioso inaugurado por la experiencia colombiana concretada por la Radio Sutatenza, en los años 40; y al movimiento sindical, con las radios mineras, en Bolivia, bien como las revoluciones políticas, que culminaron con las radios revolucionarias de América Central, en las décadas de 70 y 80. Particularmente en Brasil, a las luchas por la mejoría de calidad de vida y por la democratización del acceso a medios de comunicación.

A pesar de la degeneración del régimen pos-revolucionario en Argelia, de la ascensión meteórica de Berlusconi y de la comercialización de las transmisiones en Francia, es importante no caer en un fatalismo irreflexivo. Desde la perspectiva de este trabajo, la cuestión fundamental es la propia explosión de radios libres que aconteció durante esos años, cubriendo tópicos que normalmente quedaban fuera de los límites del discurso autorizado del gobierno o de los principales partidos políticos. La experiencia demostró que muchos ciudadanos italianos y franceses querían de hecho el acceso a los medios de comunicación, no de manera exclusiva ni el tiempo todo, y quizá no bajo su control pero, por lo menos, bajo el control de los activistas de medios de comunicación más afinados con los intereses del público que con los proyectos de los partidos, del Estado o de las iglesias. “El hecho de que esos ciudadanos hayan quedado en desventaja al final del proceso debía ser un estímulo para que se desarrollasen nuevas formas de explotar medios de comunicación de acceso público, no una alarma que señaliza la inutilidad del activismo político. La necesidad aumentó, no desapareció” (Downing, 2001: 254).

> “El monopolio estatal fue roto, aunque haya sido sustituido por oligopolios empresariales. El impacto de los medios de comunicación radical se da, en verdad, en muchos niveles. Así como el teatro radical británico llevó, a lo largo

> del tiempo, a las muchas formas de activismo, esas arrojadas aventuras radiofónicas no pueden ser consideradas nulas y vanas por el hecho de que no han sobrevivido. ¿Habría sido mejor que los franceses continuasen gobernando Argelia, que los corruptos y reaccionarios demócratas cristianos, envueltos con la mafia, aún gobernasen a Italia, o que los gaullistas todavía tuviesen el control de Francia?" (2001: 255).

Los distintos contextos revelados en infinitas trayectorias resultantes de las peculiaridades de cada lugar de sus conjunturas socio-político-económicas, vieron el surgimiento de las emisoras comunitarias, alternativas, libres o de cualquier otro nombre.

Comprendemos que no es posible analizar las cuestiones relacionadas a la radio comunitaria, sin comprender los conceptos de radios local, libre y pirata, bien como abordar esos movimientos sin comprender las características y los conceptos básicos de radio local, con los cuales se encuentran relacionadas. Es eso lo que intentaremos hacer a continuación.

3.6. ¿Pirata, comunitaria, popular, alternativa, local o libre?

Nunes (1995: 146) nos alerta diciendo que es preciso un cierto cuidado al clasificar las radios libres como experiencias comunitarias. Puede parecer a primera vista que una emisora es comunitaria por el simple hecho de ser organizada dentro de un barrio o estar restricta territorialmente. No es exactamente lo que acontece. Una radio comunitaria es aquélla que es producida por y para la comunidad.

> "Cuando una radio localizada en un barrio reproduce contenidos de los medios de comunicación, divulgando las músicas que ya son más tocadas o apenas imitando el lenguaje oficial, ella no es comunitaria, desde el momento en que trata el receptor de la forma convencional. Ella no aproxima. Reduce el receptor al objeto de la comunicación. Reproduce una identidad fabricada por el medio de comunicación y reúne los individuos en masa, no en comunidad".

Todavía Nunes nos dice que varias piratas musicales utilizan el barrio apenas como referencia territorial para la venta de anuncios y medición de audiencia. El morador es llamado a participar a través de telefonazos, con pedidos de músicas o dedicatorias, pero no puede utilizar el medio de comunicación para organizar a la población y lograr mejorías sociales para el barrio. El periodismo realizado se limita a la divulgación de anotaciones y comunicados de las sociedades de barrio, asociaciones, fiestas organizadas por el Estado.

En Brasil el término “radio pirata" viene siendo utilizado como sinónimo de radio no-reglamentada. Este concepto se encuentra expresado en el anuncio firmado por la Asociación de las Emisoras de Radio y Televisión del Estado de São Paulo (AESP) y Sindicato de las Empresas de Radio y Televisión del Estado de São Paulo (SERTESP), publicado al final de 1996 e inicio de 1997 en los principales diarios de São Paulo, cuyo texto reproducimos, en la íntegra:

> “Radio pirata es aquélla que, por definición, opera sin poseer la concesión de las autoridades. Más que simplemente estar fuera de la ley - y de allí viene el nombre – esas radios vienen transformando la transmisión por ondas sonoras en un peligroso desorden.
>
> Como no pasan por fiscalización, no respetan la norma internacional que establece un margen de protección entre las diversas bandas de ondas. Los aparatos son de pésima calidad, típicos de los fondos de patios donde ellos operan.
>
> Luego, sus ondas no tienen la precisión necesaria para transitar en el aire al lado de las demás. Lo qué pasa es inevitable: acaban interfiriendo en otras transmisiones. Ellas no solo tornan imposible en algunas regiones de la ciudad oír una música o una noticia, como, peor aún: impiden una ambulancia de llegar a un local de salvamento por comunicación insuficiente.
>
> La solución para eso es simple: las autoridades tienen que cumplir lo que está en la Constitución. Usar los equipos que disponen, rastrear y desactivar todas las radios piratas.

Cuándo usted va a tomar una providencia? Cuando, dentro de esa ambulancia, ¿esté alguien que usted conoce?"[91]

El anuncio es ilustrado por un cráneo con huesos cruzados, con casco con auriculares. En las ciudades de São Paulo y Río de Janeiro, el término "radio pirata" también fue usado por jóvenes que transmitían músicas, sin identificación o contenido, en una típica "broma" de radio.

Para Anaelson Leandro de Sousa (2002: 8) "en Brasil, en el inicio de los años 80, las radios ilegales son denominadas de "piratas", aunque no sean comerciales o instaladas en barcos como en Inglaterra, pero este término es popularmente utilizado para identificar y nombrar las emisoras de radio ilegales".

Sin embargo, hay indicios de que la primera operación de una radio pirata en Brasil haya ocurrido en la década de 30. Según la investigadora Marisa Meliani Nunes (1995: 37), el primer registro en Brasil de "radiodifusión no oficial" aconteció en 1931, cuando el publicitario Rodolfo Lima Martensen colocó en el aire una "emisora no autorizada en la ciudad de Río Grande de São Pedro, en Río Grande do Sul". La radio idealizada por Martensen dio origen a una de las más tradicionales emisoras del sur del país, la Radio Sociedade de Río Grande do Sul.

Para Nunes (1995: 49) en Brasil, hasta el final de la década de 80, había pocas radios ilegales con proyectos comerciales. Desde el inicio de los años 90, sin embargo, crecen de forma acelerada y de manera aislada. Poseen inclinación oficialista y tienen como razón objetiva el lucro proporcionado por la publicidad. Las piratas brasileñas venden anuncios para comerciantes locales y alquilan horas para locutores o comunicadores que, a su turno, hacen la comercialización del espacio contratado. Aún están en fase de acumulación de capital y retorno para el mantenimiento y expansión de las emisoras. Lo que rige su funcionamiento no es la organización sin fines lucrativos, y sí la acumulación de capital.

---

[91] RÁDIO & TV, Brasília : Abert, n.118, p. 21, junho de 1997.

> “Muchas de ellas están hincadas en comunidades locales, normalmente de barrios, y buscan hasta abrir espacios para la producción cultural local. Pero la estructura básica de la programación es montada teniendo como referencia la moda lanzada por el mercado de bienes culturales. Siguen la misma línea de las radios oficiales y se especializan en ofrecer una programación que atiende al "gusto medio" del público, porque, según los programadores, es certeza de audiencia” (Nunes, 1995: 51).

Son radios con fuerte atracción, buena audiencia y simpatía de los moradores locales, conferidas por la cantidad de llamadas diarias y por la participación del público en fiestas regulares o promociones. El oyente tiene fácil acceso a la radio, pero su participación está restricta a visitas a las instalaciones y a los ofrecimientos y dedicatorias musicales.

Esas emisoras sirven como una especie de "escuela" para nuevos profesionales de la radio. La mayoría no respeta derechos laborales y siquiera está registrada como persona jurídica. Sueñan con la regularización administrativa y la concesión de canal por el Estado.

La mayoría de esas radio piratas, según Nunes (1995: 72), no son autogestionarias y normalmente tienen un propietario en la figura del "director". Muchas entran en la lógica mercantil, aumentando las potencias de sus transmisores y creando problemas técnicos de interferencia en otras emisoras o servicios de telecomunicaciones. “Sus operadores forman parte de la llamada sociedad civil desorganizada. Son dueñas-de-casa, jóvenes desempleados, profesionales originados en la radio oficial, ex locutores, todos invirtiendo en la radio como un buen negocio para vencer en la vida y ascender económica y socialmente” (1995: 72). Se apasionan por la radio, saben que están desobedeciendo la ley y están de acuerdo en que la comunicación social necesita ser democratizada, pero se niegan a actuar colectivamente o a profundizar la discusión sobre la cuestión.

Según Fontcuberta y Mompart (1983: 43), la comercialización es el gran fantasma que ronda sobre todos los medios que pretenden ser alternativos, trayendo problemas para la independencia propuesta por las radios libres. Esos autores entienden que es necesaria una crítica franca y una comunicación

alternativa, que lleven en cuenta, de una forma radical, la problemática real que envuelve la publicidad.

Ante esa diversidad, y principalmente por el hecho de que en general son todas llamadas de "piratas", comienzan a hacerse determinadas distinciones. Para Sérgio Pires & Sylvio Miceli (Peruzzo, 1998: 273), "la diferencia entre una radio comunitaria y una pirata está en su objetivo, o sea, la comunitaria no procura el lucro, y sí servicio. Ya las piratas son emisoras que comercializan espacios en su programación sin la participación de los moradores, considerando apenas el lado financiero”.

De hecho, afirma Peruzzo (1998: 276) muchas emisoras que se dicen comunitarias, se caracterizan más como micro-empresas.

> “Son comerciales. Además de vender espacio publicitario, la estructura de funcionamiento es análoga a la de cualquier pequeña empresa. Su programación es semejante a la de las emisoras comerciales, o mejor, reproducen su lógica, aunque introducen innovaciones que agraden a los oyentes. Tienen dueños. Visan logro, cuya aplicación depende únicamente de la decisión de sus propietarios”. La diferencia fundamental está en que la radio comunitaria "pertenece a la comunidad, es organizada, dirigida, pautada y operada por la comunidad. Quien habla y quien oye es la comunidad, sin los mediadores diplomados. (...) Y sabrá buscar en el mercado los profesionales, cuando de ellos sienta necesidad".

En suma, por lo que podemos observar en las experiencias que vienen siendo mencionadas, los aspectos que caracterizan una radio propiamente comunitaria, según Peruzzo (1998: 276) son:

> a) Sin fines lucrativos. Comercializa espacios publicitarios para patrocinio en la forma de apoyo cultural, o hasta prestar servicios de audio a terceros, pero los recursos recaudados son canalizados para costeo y mantenimiento y/o reinversión, y no para el provecho particular.
>
> b) Es producto de la comunidad. Bajo el punto de vista de la programación, que tiende a tener un vínculo orgánico con la realidad local, tratando de sus problemas, sus fiestas, sus necesidades, sus intereses y su cultura. Y aún por poseer sistemas de gestión compartida, o sea, funciona sobre la base de órganos deliberativos colectivos, tales como consejos y asamblea.

c) Favorece una programación interactiva con la participación directa de la población al micrófono y hasta produciendo y transmitiendo sus propios programas, a través de sus entidades y asociaciones. Por lo tanto, es garantizado el acceso público al vehículo de comunicación. Además, es en ese tipo de experiencia de comunicación, desde los altavoces y otros vehículos, en los años recientes, que han sido concretadas las más completas formas de interactividad en medios de comunicación, recientemente descubierta y ensayada, con grandes limitaciones, por los grandes medios de comunicación

d) Valora e incentiva la producción y transmisión de las manifestaciones culturales locales.

e) Tiene compromiso con la educación para la ciudadanía en el conjunto de la programación y no apenas en algún programa específico.

f) Democratiza el poder de comunicar proporcionando el entrenamiento de personas de la propia comunidad para que adquieran conocimientos y nociones técnicas de como hablar en radio, producir programas, etc.

3.6.1. Las Radios Piratas

El término "pirata" fue empleado por primera vez en Inglaterra, al inicio de la década de 60, para identificar transmisiones de radio sin autorización del Estado. En la concepción de la escritora Saint-Clair Lopes, "la existencia del sistema estatal riguroso dio lugar al aparecimiento de las llamadas estaciones piratas, que explotaban la radiodifusión comercial" (1970: 123).

Las radios piratas inglesas eran montadas en embarcaciones fondeadas fuera de las aguas territoriales británicas, para huir de las sanciones del gobierno; financiadas por grupos económicos de Estados Unidos interesados en el mercado europeo. Según Machado, Magri y Masagão, la primera radio pirata a ir para el aire en Europa, fue la Merkur, que estrenó en julio de 1958, en la costa de Copenhague, en Dinamarca. Un mes después, ya contaba con

inversión publicitaria de 150 mil dólares, qué hacía de la emisora una "pirata" también en otro sentido:

> "Buscaban el oro, a través de la conversión de la radio en un vehículo comercialmente lucrativo. Eran financiadas básicamente por multinacionales como la Ford, Lever o American Tobacco, que tenían intereses comerciales en el mercado europeo y necesitaban hacer suyos informes publicitarios que perforasen el edificio del monopolio" (1987: 60).

A pesar de esa connotación comercial, la mayoría de las radios piratas fue montada por jóvenes que no aceptaban la política de radiodifusión ejercida por el Estado, y no aguantaban la programación de las emisoras oficiales.

La primera radio pirata inglesa, la Radio Caroline, empezó a transmitir en marzo de 1964, desde un barco de la costa de Essex (Shingler, 1998: 10). La emisora fue montada por Ronan O'Rahilly, un empresario irlandés que no logrando espacio en la programación de la BBC para ejecutar las músicas de sus artistas, decidió no sólo montar su propia emisora, sino también permanecer 24 horas en el aire, tocando música, así como relata Nunes:

> "Con un préstamo de 250 mil libras, compra un pequeño barco, lo equipa con transmisores y lo bautiza de Caroline, en homenaje a la hija de John Kennedy, el primer presidente católico de EEUU, cuya familia tiene orígenes irlandeses. El barco Caroline lanza, entonces, el domingo de Pascua de aquel año, la primera estación de radio con música pop 24 horas por día para el Reino Unido. En los primeros días, recibe 20 mil cartas de oyentes y se vuelve la emisora más popular de Inglaterra. Declarada ilegal por el gobierno inglés, la emisora pasa a transmitir desde el Mar del Norte, fuera de la jurisdicción británica, resistiendo hasta hoy a las persecuciones del gobierno inglés" (1995: 47).

A lo largo del tiempo, las radios piratas inglesas conquistaron personalidad y audiencia y pasaron a transmitir no sólo desde barcos, sino también desde sótanos, edificios y vehículos cerrados. Muchos cambios promovidos por la BBC, tanto en la política de actuación, cuanto en la programación, son influencias de las radios piratas. Con la competencia de las radios piratas, la BBC abrió espacio para la música joven y se subdividió en dos emisoras, una dirigida al público londinense, caracterizando la primera

radio local inglesa. Las radios piratas son responsables por la introducción del DJ (disc-jockey) y por la comunicación informal en las emisoras europeas.

Muchas radios piratas asumieron el papel de medios de comunicación, prescindiendo del discurso de *medio alternativo*, que tiene entre sus objetivos "extinguir los límites entre público y emisor", como destaca Leão Serva, para disputar "algo que no es más que una porción de la audiencia de los medios" (1997: 41). Como dice Arnaldo Spindel, "una radio pirata corre el mundo sobre las ondas, saqueando los tesoros bien guardados por medios de comunicación de masas instituidos, tragándolos, derrochándolos y vomitándolos" (1979: 64).

En realidad existen emisoras de baja potencia de diferentes tipos y con intereses divergentes, tal como acontece con los altavoces, pero todas se intitulan de comunitarias.

Según Peruzzo (1998: 201) podemos agruparlas en cinco tipos:

> 1. Emisoras que se caracterizan como eminentemente comunitarias, una vez que las organizaciones comunitarias son responsables de todo el proceso comunicativo, desde la programación hasta la gestión del vehículo. No tienen fines lucrativos. Viven de apoyo cultural, contribuciones de socios, donaciones y recursos recaudados mediante la realización de fiestas, etc. A veces también vehiculan anuncios comerciales y prestan servicios de audio a terceros.
>
> 2. Aquellas que prestan algunos servicios comunitarios, pero están bajo el control de pocas personas y, en última instancia, sirven como medio de vida para sus idealizadores, quienes en general también son sus dueños. O sea, son de propiedad privada de alguien. Su finalidad mayor es la venta de espacio publicitario.
>
> 3. Emisoras más estrictamente comerciales, con programación análoga a las de las emisoras convencionales, sin vínculos directos con la comunidad local.
>
> 4. Existen también emisoras de cuño político-electoral, ligadas a candidatos a cargos electivos y sus respectivos partidos políticos. Ellas proliferan más rápidamente en períodos pre-electorales. Están más preocupadas en hacer "campañas disfrazadas" de candidatos.
>
> 5. Hay aún emisoras religiosas, vinculadas a sectores de las Iglesias Católica y Evangélicas. Son sostenidas por sus mantenedoras y/o por la venta de

espacio publicitario. Entre ellas algunas hacen programación estrictamente religiosa y otras incluyen programas de carácter educativo, informativo y cultural, que las aproxima a las comunitarias.

3.6.2. Las Radios Libres

En la concepción de Santiago (2002: 73) el término "radio libre" es utilizado para identificar una emisora que opera sin autorización del Gobierno, contra el monopolio de la radiodifusión y contraria al modelo institucionalizado de radio comercial. "El movimiento de las radios libres no reconoce el dominio del Estado sobre el espectro electromagnético, defiende la libertad de explotación de la radio, sin cualquier tipo de restricción y está siempre abierta a la participación activa del oyente. Normalmente, una radio libre cubre un área limitada, dirigiendo su transmisión para un barrio o región de una ciudad". Para eso, utiliza un transmisor de baja potencia, operando en frecuencia modulada, por ser un sistema que no exige grandes inversiones, como relata Masagão:

> "Las otras modalidades de emisión requieren mayor requinte de tecnología y de capital empleado, razón por la cual sus gastos difícilmente podrían ser bancados por emisoras sin interés comercial. Además,el alcance de la FM es más limitado, lo que favorece las experiencias comunitarias o las emisiones dirigidas a las poblaciones locales, mientras las otras clases de onda, de alcance más amplio, interesan más a las empresas comerciales, para las cuales el índice de audiencia es factor fundamental" (1987: 19).

Como vimos, las primeras radios libres surgieron en Europa en la década de 60, montadas por técnicos electrónicos y personas descontentas con lo que oían en las emisoras oficiales y hasta en "radios piratas". Como explica el profesor e investigador Luiz Fernando Santoro, las radios libres se estructuraron alrededor de grupos que optaron por hacer su propia información,

> "elaborar emisiones de acuerdo con sus necesidades (desde el ámbito de una clase, escuela, cuadra, barrio, ciudad o región), transmitiéndolas, sin autorización

> o concesión, por las ondas de radio, en circuito abierto. El alcance de las transmisiones es absolutamente secundario y se delimita desde las diferentes necesidades de una información local, ausente de los *mass medía* por su estructura de masa" (1981: 100).

Organizar una radio libre, recuerda Arnaldo Spindel, "era crear una alternativa política concreta al monopolio de las informaciones, al monopolio de la forma de enfocar estas informaciones, al dominio incontestado de un modelo de discurso y a un gusto musical" (1979: 64).

A seguir, vamos a hacer uso de una investigación realizada por Nunes (1995: 167) que ha sintonizado 50 emisoras libres, entre los meses de marzo de 1994 a febrero de 1995, la mayoría localizada en la zona norte de la ciudad de São Paulo. "De esas emisoras, 44% tienen carácter religioso/evangélico, 24% comercial/musical, 24% cultural y 8% no fueron identificadas. Del total, 68% tienen fines lucrativos, 24% son sin fines lucrativos y 8% no fueron identificadas". "Ese es un primer retrato del movimiento actual, que es resultado de la propia estructura de la sociedad brasileña y de su contexto socio-económico y cultural. Jóvenes desempleados, profesionales de los más variados sectores, dueñas-de-casa, evangélicos, comunidades de barrios, grupos con actividades culturales, un verdadero ejército despreciado por los medios de comunicación oficial utiliza la radio como medio de comunicación y ejerce diariamente la libertad de expresión".

Según la autora, son grupos movidos por objetivos que van desde la práctica de la desobediencia civil, la divulgación de cultura local o de religión, el deseo de realizar sueños de consumo y ascensión social o hasta el simple placer de expresarse por una tecnología que lleva la voz allende su propio alcance.

Las radios no oficiales siempre existieron paralelas a la historia de la radiodifusión y son, en realidad, la expresión de un determinado momento y circunstancia de una sociedad, asumiendo las características de los grupos que las organizan y del ambiente en el que se instalan. Diferentes en objetivos o formas de organización, todas ellas traen el trazo común de colocar en práctica

las libertades de expresión y de opinión y de ejercer los derechos a la información y a la comunicación.

El objetivo de la radio libre es exactamente la libertad de expresión y en su dependencia la palabra "censura" no debe ser pronunciada en hipótesis alguna. Para Machado, Magri y Masagão, si fuese posible reducir a una frase el conjunto de motivaciones manifiestas que nortearon el movimiento de las radios libres,

> "podríamos decir que ella procura sustituir un modelo de "medios de comunicación monológico, *one way* y altamente centralizado en la máquina burocrática del gobierno o en los departamentos publicitarios de las grandes empresas por un sistema de comunicación dialógico, two ways, capaz de eliminar la distinción autoritaria entre emisor y receptor y de devolver al "oyente" un papel activo, permitiéndole sobrepasar la condición de receptor pasivo de ideologías ajenas" (1987: 29).

Profundizando un poco más esa ponderación, los autores afirman que el principio norteador de la radio libre era traer el oyente para el movimiento, abriendo la programación para su participación

> "a cualquier momento (y sin que ese momento pudiese ser determinado a priori) podría llamarse a la emisora para informar cualquier cosa que estuviese aconteciendo a su vuelta y eso ser colocado inmediatamente en el aire, sin cualquiera censura, o entonces dirigirse directamente a la emisora para dar su recado" (1987, 30).

Félix Guattari, activista de la radio libre en Europa, participó directamente del movimiento de las radios libres en Francia, donde ayudó a fundar la Radio Tomate y en Italia, junto a la Radio Alice. Delante de las experiencias Guattari concluyó que, "el punto más importante para los animadores de las radios libres es aquel que permite al conjunto de los medios técnicos y humanos establecer un sistema de feedback entre los oyentes y la producción que lo realiza" (1979: 66).

Lo cierto es que, como vimos, desde Italia y Francia las radios libres se esparcieron por toda Europa. Las radios libres europeas no estaban listas para enfrentar la legalización. En Italia, el proceso tuvo en cuenta la capacidad

técnica y económica, habilitando la emisora para actuar en el mercado publicitario. En el modelo francés, prevaleció la representatividad político-partidaria. En los dos procesos, las auténticas radios libres perdieron espacio y creatividad, cediendo lugar a programaciones regulares y lineales.

Analizando el proceso de normatización de las radios libres europeas, el profesor Ciro Marcondes Filho concluyó que el reposicionamiento de las principales emisoras significó, antes de todo, una estrategia de supervivencia, dejando evidente la fragilidad de los vehículos de comunicación democráticos:

> "El movimiento de radios libres francesas y alemanas perdió el aliento. Las aventuras piratas alemanas cansaron y la experiencia italiana en la quiebra del monopolio estatal de la RAI fue la peor experiencia para las izquierdas: se abrió solamente el camino para que las emisoras comerciales ocupasen los espacios, y en la punta-de-lanza, sufriendo pancadas y teniendo los equipos aprehendidos, venían las sufridas radios libres de izquierda. Solamente aquellas estaciones que aprovecharon el momento y se rearticularon pudieron sobrevivir. (...) se llegó a la constatación de que las radios libres, los diarios de grupos minoritarios, etc., son muy débiles si permanecen aislados y no tienen por detrás un respaldo económico y financiero más fuerte" (1989: 163).

En Estados Unidos, la radio libre fue utilizada como instrumento de protesta por el movimiento negro y movimientos de estudiantes. Valionel Tomaz Pigatti, ex presidente y fundador de la Asociación de las Radios Libres del Estado de São Paulo, revela que las radios libres americanas existían desde la década de sesenta, cuando fueron reglamentadas por el Gobierno Federal. Atendiendo a la legislación norteamericana, la banda entre 88,1 y 91,9 Mhz, pasó a ser destinada a la radiodifusión local, comunitaria y educativa. "La única restricción sobre la programación en esa banda es la prohibición de anuncios comerciales, anuncios de apoyo financiero" (Nunes, 1995: 212). En la concepción de Pigatti, la radio libre "rompe con el bloqueo, con la conducción y con la exploración del intermediario" asegurando a cada ciudadano el derecho a participar directamente del contenido:

> "Es porque su punto de apoyo es la libertad de expresión que no deben ser controladas por organizaciones representativas, pero necesitan, sobremanera, del apoyo de organizaciones solidarias sensibles a los derechos fundamentales del hombre (...) Las radios libres deben ser juzgadas en la singularidad de cada

> proyecto bajo los ojos de la libertad de expresión, del apoyo de la colectividad, de la actividad regional, de la finalidad cultural sin fines lucrativos" (1988: 12).

Aun en el país que, aparentemente, posee la legislación más liberal del mundo sobre comunicación, las radios libres buscan su espacio en el dial de FM. En Estados Unidos, el órgano fiscalizador y que autoriza la explotación de las ondas de las radios es la FCC - Federal Communications Commission, creada en 1934 a través del United States Communications Act, aprobado por el Congreso norteamericano para actualizar las legislaciones de 1927.

> "En Estados Unidos, de acuerdo con la ley, quienquiera, organización o empresa, que tenga capacidad financiera y técnica puede pedir una banda de frecuencia en FM, Ondas Cortas o AM. En el caso de uno o más interesados optar por la misma frecuencia, en la misma región, un juez especializado en derecho de la comunicación dará la decisión final" (Nunes, 1995: 169).

La propuesta de Machado, Magri y Masagão (1987: 67) era que a través de las radios libres, se pudiera "reinventar el sistema de los medios de comunicación" con el objetivo de democratizar la comunicación. Defienden los autores la propuesta de desconstrucción de la "pragmática que nos es impuesta desde arriba, verticalmente, ya desde la concepción de la tecnología. Al mismo tiempo, reintegrarla de forma sana en la vida de la comunidad, para que ella sea instrumento de la creatividad colectiva y no la prisión del imaginario".

Combatida por gobiernos y concesionarios de la radiodifusión en todo el mundo, la radio libre representa, como ningún otro modelo, la utopía de una radio democrática. Sin cualquier compromiso comercial, despreciando los índices de audiencia, la radio libre construyó su historia, como instrumento de información, concienciación e integración de comunidades alrededor de movimientos sociales, políticos, culturales y por la libertad en la comunicación. Esto se debe a un hecho muy simple: quien haga radio libre, hace por convicción o por el placer de hacer radio. No recibe absolutamente nada; por lo contrario, tiene que dar su parcela de colaboración, incluso financiera, para mantener la emisora en el aire.

Para Peruzzo la radio libre es aquella que, en una coyuntura conflictiva o no-conflictiva, ocupa un espacio en el dial de los receptores sin haber recibido concesión de un canal siendo, por eso, también conocida como "clandestina", "pirata" o "alternativa".

> "Es normalmente operada por aficionados, que entran en el aire corriendo todos los riesgos previstos por la legislación, como su prisión y el lacramiento o la aprehensión de los transmisores. Tiene, o no, una línea política explícita, pudiendo tanto contemplar finalidades políticas, comerciales, hobísticas y hasta pornográficas cuanto servir a la comunidad o a una ideología. En general, representa una forma de contestar el sistema de la radiodifusión vigente, que priva la mayor parte de las organizaciones de la sociedad civil del acceso a las ondas sonoras" (2004: 216).

Peruzzo (2004: 241) presume que la primera radio libre haya sido una emisora sindical que, en 1925, fue al aire en Austria. A partir de allí, irían surgiendo otras que quedaron conocidas: en 1941, la Radio España Independiente; en 1947, la Radio Sucre, en Bolivia; en 1954, al Radio La Voz de la Argelia Combatiente; en 1958, la Radio Rebelde, en Cuba. También en 1958, surgieron en Inglaterra la Radio Merkur FM; viene de ese país la expresión "radio pirata", porque algunas emisoras, como forma de burlar el control oficial, iban al aire desde barcos flotando en alto mar, fuera de los límites de las aguas territoriales, en la promoción de los productos de grandes empresas transnacionales como la Ford, a Lever y a Merican Tabacco. En 1966, Los Estados Unidos conocerían la Radio KPMX, que levantó la bandera de la protesta contra la Guerra de Vietnam.

En décadas recientes, principalmente a lo largo de los años setenta, ocurrió en Europa una verdadera avalancha de radios libres. Fueron apareciendo como forma de protesta contra el control estatal de la radiodifusión, de negación de la política de concesión de canales, de disfrute del poder de comunicar, de expresión política o de posesión de una unidad económica productiva.

La comunicación clásica, institucionalizada por los concesionarios de la radiodifusión, donde la transmisión de información ocurre de forma unilateral, de fuentes activas a receptores pasivos, caracteriza, en el entender del

investigador Luiz Ramiro Beltran, una relación social autoritaria, “una forma antidemocrática de comunicación” (1981: 23). Un modelo que se volvió objeto de cuestionamientos y críticas, exactamente por no contemplar las expectativas y necesidades de todos los sectores de la sociedad. Fuera pocas emisoras, los medios de radiodifusión son hoy mantenidos por grupos interesados en la ganancia, que de ellos se utilizan para vender mercaderías y multiplicar el capital, recuerdan Machado, Magri y Masagão. Resaltan los autores la importancia de asegurar espacio también para “otras modalidades de explotación, más democráticas y que permitan enganchar la iniciativa de la propia comunidad alcanzada por esos medios,” independientemente de los grandes monopolios y de la política,

> “emisoras ligadas a grupos de producción cultural, a grupos de intervención social, a las minorías étnicas, culturales o sexuales, a los partidos políticos, a las comunidades locales y también a los amantes de la radio y de la TV para que ahí realicen experiencias renovadoras de lenguaje. El abanico de opciones, en fin, debe ser tan amplio cuanto la diversidad de los ciudadanos” (1987: 69).

En ese contexto, hemos establecido algunas de las contribuciones más significativas para el surgimiento de movimientos por la reconfiguración del proceso comunicativo a través de la radio, de tal forma que contemple también el receptor y no exclusivamente los intereses del emisor, como institucionalizado en el modelo clásico. Aspectos de la radiodifusión que estaremos abordando a continuación, que pasan por el surgimiento de las emisoras piratas, por las radios libres, evolucionando para la posibilidad de coexistencia entre emisoras comerciales y emisoras comunitarias, a través de las cuales los individuos puedan expresarse, considerando sus intereses y las necesidades de la realidad local.

Se verifica, añade Silveira (2001: 317)[92], desde la visión histórica, que la desobediencia civil, en cierta medida, es altamente sana, pues ayuda al

[92] Relativamente a las radios comunitarias, el juez Federal del Estado de Minas Gerais, Paulo Fernando Silveira, reiteradamente citado en este trabajo, ha hecho una interesante y sorprendente comparación entre Brasil y Los Estados Unidos. Para él, en Estados Unidos el Legislativo hace leyes para defender los intereses del pueblo; el Ejecutivo sigue las leyes y el Judiciario defiende los intereses populares en los Tribunales. En Brasil sería al revés: el Legislativo hace leyes para asegurar privilegios de grupos corporativos; el Ejecutivo trabaja en defensa de esos privilegios y el Judiciario pune a los que intentan ejercer derechos auténticos

gobierno a redireccionar su equivocada ruta y, también, retira la sociedad de la inercia en la que se encuentra. Jefferson, refiriéndose a la sedición de los shays (pequeños propietarios rurales) no hesitó en afirmar: “Una pequeña rebelión, de cuando en vez, es buena medida y tan necesaria al mundo político como tempestades en el mundo físico” 8Silveira, 2001: 29).

> “Otro crítico del neoconstitucionalismo, Cass R. Sunstein (Against tradition), describe la teoría de la desobediencia civil como estrategia para la ciudadanía democrática, en un tiempo en el que las deficiencias de la vida política americana están volviéndose conocidas para un creciente número de variadas personas” (2001: 30).

3.6.3. Las Radios Locales

Si nos fijamos en la estructura empresarial de lo que normalmente llamamos emisoras locales de radio, veremos en seguida que existen notables diferencias. Cabe la posibilidad de que una emisora esté en manos de personas físicas o jurídicas muy vinculadas históricamente a una comunidad; en ella ejercen esa actividad radiofónica pero además en ella estudian sus hijos, almuerzan, se divierten, pasean y compran. Ese tipo de estructura empresarial que nace de uno o varios miembros de la comunidad y termina en la comunidad es cada día menos frecuente.

El segundo tipo de emisoras es aquel cuyos propietarios y máximos gestores se encuentran fuera del ámbito local. Es decir, acuden desde el exterior a explotar una emisora en una comunidad con la que no se sienten especialmente vinculados; lo pueden hacer porque son más poderosos, porque es necesario para su rentabilidad estar presentes en muchos mercados

---

contra privilegios corporativos. “En esas condiciones, la ciudadanía, que en Brasil siempre fue “anémica y escuálida”, se volvería prácticamente imposible, en lo que concierne a la libertad de pensamiento y al ejercicio de la autonomía”, evalúa el profesor José Carlos Rocha (2001). En Coelho Neto, 2000: 165.

distintos o, sencillamente, porque esos propietarios son más activos y emprendedores que los de la localidad misma.

Pero aquí surge un problema, según nos relata Merayo Pérez (1994: 79),

> “las emisoras locales dependientes de cadena suelen ser más rentables, no sólo porque aquilatan más los gastos, sino porque es en el mercado local donde la publicidad radiofónica no tiene competencia. Y un segundo problema, que no se observa inmediatamente, pero que es de una importancia radical; me refiero a la programación, a los contenidos: la gente pierde conexión con la radio cuando ésta no le habla de lo más cercano. Es decir, haciendo radio en cadena se gasta menos, pero también se ingresa menos”.

En realidad, la propuesta de radio local se encuentra muy próxima a las ideas de Brecht (1981: 52), para quien la radio es un medio interactivo, donde el oyente es un elemento activo de la programación y a las de Enzensberger, que defiende espacios iguales para emisor -receptor, considerando que cualquier radio transistorizado, también es, por la naturaleza de su construcción, una emisora en potencial (1978: 45).

Xosé López García (1995: 12) apunta la geografía como el determinante de la definición de local, pero explicita que ella tiene que ser cruzada con lo social. Para este autor, el local es un espacio territorial singularizado, siendo que esa singularidad se manifiesta en especial en el campo social. "*Nas sociedade actuais é no âmbito local que se produz (...) a particularidade mais acentuada*", escribe García (1995: 12). “Yendo más lejos, y recordando a Emili Prado y Miquel de Moragas (1991: 325)”, García esclarece que “por comunicación (social) local se puede considerar *"o lugar da mediação técnica onde também é possível a comunicação não mediatizada ou interpessoal".*

En realidad, cuando nos referimos a la radio local, estamos abordando una multiplicidad de emisoras de radio, con formatos diferenciados y estructuradas de acuerdo con el ambiente y contexto social, político y económico en que surgieron y se desarrollaron. Una vez respetadas sus características, objetivos, la comunidad y la cultura en la que se encuentra inserta, la radio local puede estar constituida bajo las más variadas

denominaciones, tales como: radio participativa, radio de baja potencia, radio de manzana, radio de pequeño alcance, radio de proximidad, radio de vecindad, radio rural, radio popular, radio libre, radio pirata, radio comunitaria y hasta radio clandestina.

Estos diversos formatos de radio presentan algunos puntos comunes, variando, por supuesto, de acuerdo con las características asumidas por cada formato, en función de la comunidad donde están insertas y de su línea de actuación, así las describe Santiago (2002: 121):

> a) sistema de transmisión - opción preferencial por la frecuencia modulada, en función de la tecnología de bajo costo y fácil mantenimiento. Muchas aún operan a través del sistema de altavoces.
>
> b) cobertura limitada - generalmente utilizan transmisores de baja potencia, la suficiente para alcanzar un barrio o una pequeña ciudad.
>
> c) programación segmentada - dirigida para la comunidad donde se encuentra instalada.
>
> d) estimulan la formación de conciencia crítica, el debate alrededor de las necesidades de la comunidad, la difusión de ideas, al mismo tiempo en que valoran la cultura, las tradiciones y los hábitos sociales.
>
> e) agente de cambio y desarrollo comunitario, promoviendo acciones de integración de la comunidad y socialización de la comunicación.
>
> f) participación colectiva - posibilidad de la participación de todos en la dirección de la emisora, producción y presentación de la programación.
>
> g) no procura la ganancia - los espacios son comercializados con el objetivo de lograr recursos, para cubrir los costos de operación, mantenimiento y desarrollo. Muchas emisoras locales son mantenidas por el gobierno, organizaciones internacionales, instituciones religiosas, entre otras.
>
> h) operan sin autorización del Estado, en la mayoría de los países del tercer mundo, donde prevalece el monopolio de la radiodifusión, siendo consideradas ilegales. Muchas son tratadas genéricamente como “piratas” y combatidas por los concesionarios de la radiodifusión y por las instituciones gubernamentales. Por otro lado, son reconocidas y reglamentadas en los países más desarrollados, principalmente en Europa, Estados Unidos, Canadá y Australia.

En Europa, la radio local constituye una evolución natural de la radio libre, consecuencia del proceso de reglamentación de las emisoras que surgieron con el propósito de combatir el monopolio estatal de la radiodifusión. Aunque en momentos y velocidades diferentes, Francia, Bélgica y Suiza, institucionalizaron la radio local, a través de un proceso denominado "re-reglamentación constructiva", donde es exigido "un mínimo de producción local e incentivos financieros para evitar excesiva politización de las emisoras, la formación de redes nacionales y la supremacía de un solo anunciante local" (Teixeira, 1988: 83).

En Inglaterra, la programación local es prioridad del Gobierno, que a través de la BBC, controla 38 estaciones segmentadas en el público local. Dinamarca y Noruega se caracterizan por tener una radio local financiada por el gobierno. Ya Suecia desarrolló un servicio público, financiado por el pago de tasas de licencia denominado "radios de vecindad".

En América del Norte y Australia, la radio local tiene entre sus objetivos principales, asegurar el acceso de las minorías a medios de comunicación y la defensa de los derechos de la comunidad en la que se encuentra inserida. En Estados Unidos, la concesión de canal de radio local solo es hecha a candidatos con residencia en la comunidad, desde que comprueben conocer y se propongan desarrollar actividades de interés de la comunidad. Tanto en Estados Unidos como en Australia, la radio local también es utilizada en la integración y desarrollo de la población indígena, a través de proyectos financiados por el Gobierno.

En África y Asia, las radios locales se encuentran ligadas a las comunidades étnicas y a las comunidades rurales, donde son un instrumento de integración y educación. Teresa de Sá Teixeira apunta como una de las características básicas de la radio rural africana, el hecho de que ella funcione "como una radio local descentralizada, cuyos objetivos han sido dar inicio y apoyar la participación campesina en la producción de programas, liberar la voz de las poblaciones locales y establecer una radio-escuela, donde cada persona pueda reconocer y reapropiarse de su propio lenguaje" (1998: 105). Montadas desde la década de 60, en su mayoría con recursos de organismos de la ONU

como la UNESCO y la FAO, las radios rurales africanas aún son dependientes de recursos externos y de dinero de sus gobiernos nacionales. En los países más pobres del continente asiático, la situación es semejante. En varios de ellos, prevalece el sistema de altavoces.

Para Peruzzo (2003: 12), "los medios de comunicación local tienden a reproducir la lógica de los grandes medios de comunicación, principalmente en lo que se refiere al sistema de gestión y a los intereses en juego". Sin embargo, se diferencia en cuanto al contenido al prestar más atención a las especificidades de cada región, mientras los grandes medios de comunicación utilizan como uno de los criterios en la selección de contenidos, aquellos asuntos que interesan a un mayor número de personas, que las llevan para temas de interés nacional e internacional. En esa perspectiva, la radio

> a) Tiene el objetivo de dar a conocer asuntos de foco local o regional que en general no tienen espacio en los grandes medios de comunicación.
>
> b) Es encarada como una unidad de negocio comercial, por lo tanto tiene intereses mercadológicos, vende espacio, anuncios comerciales y pretende ser rentable, cuyos excedentes pertenecen a sus propietarios individuales/organizacionales.
>
> c) Es susceptible de corresponder a intereses políticos y económicos de empresas, liderazgos, grupos políticos partidarios de la región, etc.
>
> d) Explota el local encuanto nicho de mercado, o sea, los temas y las problemáticas específicas de la localidad interesan como estrategia para conseguir aumentar la credibilidad y la audiencia, y consecuentemente obtener retorno financiero.
>
> e) Tiene interés en contribuir para la ampliación de la ciudadanía desde que las estrategias adoptadas para tanto ayuden en la consecución de los intereses empresariales.
>
> f) Los espacios abiertos a la participación de los ciudadanos están sujetos al control de los dirigentes y técnicos.
>
> g) La producción del quehacer comunicacional está bajo la responsabilidad directa de especialistas contratados.
>
> h) El sistema de gestión es del tipo burocrático tradicional.
>
> i)Los contenidos tienden a ser, mayoritariamente, parte de aquellos tratados por los grande medios de comunicación, pero con enfoque local o regional, como por ejemplo: CPI en una Cámara Municipal, informes sobre clima-tiempo, programas

de cuño social bien sucedidos en la región, prisión de personas por delitos cometidos, catástrofes, entrevistas con alcaldes y otros miembros del poder ejecutivo municipal, entrevista con concejales, cobertura de hechos relacionados a hospitales y escuelas de la región, notas o campañas de interés público, cuestiones de medio ambiente, problemas sociales, deporte local, etc.

j)Los medios de comunicación local tanto pueden ser locales en su sentido estricto, de pertenecientes y actuantes en un dado territorio, como pueden ser exteriores a él y apenas ofrecerle espacios (programas de radio o de televisión) y cuadernos especiales (diario impreso) para el tratamiento de cuestiones locales (Peruzzo, 2003: 12).

Sousa (2002: 20) tiene la idea de que la comunicación social local y regional se desarrolla a través de" medios de comunicación que son próximos de las personas que les usan". Aquí, según él, hay que distinguir dos aspectos.

"El primero es que cuando se habla de comunicación social se habla necesariamente de estrategias de comunicación mediada en sociedad. El recurso a medios de comunicación capaces de alcanzar a muchas personas es un elemento clave de la definición que proponemos. El segundo aspecto a destacar es que los medios de comunicación usados en una comunidad tienden a revestirse de formas de comunicación características de las comunidades en general y de esa comunidad en particular".

Los propios medios locales - prensa, radio, televisión - son el primer síntoma de esta afirmación. La prensa local, por ejemplo, continúa Sousa, es una forma de comunicación característica de las comunidades locales, repitiéndose por todo el mundo. Pero esas formas de comunicación características se extienden a los contenidos y respectivos referentes discursivos, a la recuperación y reformulación discursiva de la memoria colectiva, a las manera específicas de utilización del idioma, a las formas de contar historias, a la organización de la información, etc. Esto no excluye el uso de formatos consagrados fuera de la comunidad (por ejemplo, los géneros periodísticos dominantes son, de algún modo, universales), o las referencias discursivas a elementos fuera de la comunidad. Tan sólo explicita que cada comunidad tiene referentes específicos, presenta algunas formas peculiares de contar historias, particularidades lingüísticas, etc. que ocurren en la comunicación social comunitaria.

Para Sousa (2002: 22) la comunicación social local y regional cumple las funciones clásicas de la comunicación social: informar, formar, entretener, etc. Pero es también un espacio convivial y de connivencias. Entre todas esas funciones, la más importante y característica es la función informativa y utilitaria, en la medida en la que la comunicación social regional y local es o debe ser, en primer lugar, un útil vehículo de información. Obviamente, el cambio de informaciones crea vínculos entre los que en ella se envuelven, por lo que el cambio de información contribuye con la integración y reintegro constante de los miembros de la comunidad.

La comunicación social local regional y local tienen también una importante función de producción simbólica comunitaria. Este papel es lo que más contribuye para la integración, socialización y aculturación de los miembros de la comunidad, pues agudiza el sentimiento de pertenencia (Correa, 1988: 158) y permite ver el "otro de afuera" como genéricamente diferente, mientras el "otro de aquí" como genéricamente semejante (Camponez, 2002: 69). A ese nivel, la comunicación social regional y local puede también ser un vehículo de resistencia a las presiones globalizadoras y desterritorializadoras pero igualmente un vehículo de proyección de lo local en lo global (glocalidad), como muy bien explica Camponez (2002: 70).

La comunicación social regional y local funciona muchas veces como vehículo de petición y de representación o de sectores de la comunidad o de toda la comunidad ante terceros, sobre todo cuando se envuelve en un periodismo de causas. La comunidad real (o sectores de esa comunidad) se metamorfosea en comunidad de intereses. En ciertos casos, las funciones de representación y petición pueden transbordar para la excomunión (Carey, 1998), funcionando el médium como el representante del(s) excomulgador(Es) o asumiendo mismo la función de excomulgador.

Como no podía dejar de ser, la comunicación social regional y local es también un espacio simbólico donde se desarrollan competiciones, principalmente entre los detentores del poder político local. En otras ocasiones, la comunicación social regional y local aportará para el aparecimiento de espirales del silencio a nivel regional y local, cuando, como identificaría

Neumann (1991: 45), la opinión vehiculada por los medía es confundida con la opinión mayoritaria o única y las eventuales minorías (o mayorías que juzgan estar en minoría) se callan. Esta situación podrá ocurrir cuando los medíos regionales y locales, en vez de asumir una condición de espacio público polifónico, son concentradores y controlados por poderes (y muchas veces por el poder unipersonal del cacique local). En otras ocasiones, la comunicación social regional y local podrá aportar para formar y solidificar acuerdos.

En América Latina, la radio local se confunde con radio popular. Presa a las instituciones religiosas, principalmente a la Iglesia Católica, a los movimientos populares, sindicales y políticos, empezó a ser implantada a través de sistemas de altavoces, también conocidos como “radios del pueblo”, comunes en países como Bolivia, Colombia, Perú, Honduras, El Salvador y Nicaragua.

De lo que fue visto, concluye Peruzzo (2003: 23) “puede desprenderse que en esencia las propuestas de medios comunitario y local son muy diferentes entre sí, sin embargo en casos específicos pueden tener algo en común, como por ejemplo, en lo que concierne a algunos de las temas tratados, la preocupación en favorecer la participación popular y el interés en colaborar en el ejercicio de la ciudadanía”. Hay que observar, por lo tanto, que tratar de temas comunitarios o desarrollar contenidos favorables al proceso de emancipación ciudadana no es privilegio de medios comunitarios. Además de los medios locales y regionales, hasta los grandes medios de comunicación vienen dedicándose a ese tipo de cosa, últimamente en Brasil. Lo importante es la responsabilidad con que la cuestión comunitaria y los intereses sociales son encarados y los beneficios que la actuación de los medios pueden traer para el desarrollo local sostenible expreso en la ampliación de los derechos y deberes de la ciudadanía.

En Europa, donde el movimiento de radios locales tuvo inicio, a pesar de todas las complicaciones que determinaron la pérdida de proyectos democráticos para proyectos comerciales, su impacto demostrativo provocó cambios en la estructura y en el sistema oficial de comunicación. Aun cuando ellos no hayan sido revolucionarios, hubo avances en la democratización de la

comunicación. A diferencia de Brasil, las radios europeas nacieron como instrumento de comunicación de nuevos sujetos que se organizan en los movimientos sociales, que aparecieron al final de la década de 60.

En Brasil, nos cuenta Nunes (1995: 179), “las dificultades históricas de organización de la sociedad civil en movimientos sociales, se suman a una concepción paternalista e instrumentalista de sectores a la izquierda que condiciona la democratización de la comunicación al cambio estructural del sistema de gobierno. Paternalista porque corresponde a un cierto “nosotros democratizaremos la comunicación cuando lleguemos al poder”. E instrumentalista porque ve los vehículos de comunicación únicamente como medio de poder, sin considerar la libertad (incluso y especialmente la de expresión) como un fin en sí mismo.”

3.6.4. Las “Radiadoras”

En Brasil, las primeras experiencias con las emisora de altavoz, también conocida como “radiadora” o “radio comunitaria”, acontecieron en la periferia de Fortaleza, al inicio de la década de 70, con la inauguración en la Barra de Ceará de la “radiadora Cura d’Arns, aún hoy en funcionamiento” (Cogo, 1998: 120). Pero, según la investigadora Denise Cogo, fue desde 1987 que las experiencias con los altavoces se expandieron, con el apoyo del Ayuntamiento de Fortaleza y de la Iglesia Católica, alcanzando, al inicio de la década de 90, un total de 20 radios en funcionamiento en la periferia de Fortaleza. Destaca Cogo el hecho de que las “radiadoras” constituyan un “patrimonio de las comunidades en las que están instaladas, produciendo una programación atenta a los intereses concretos de los moradores” (1998: 120).

Hay que resaltar que en muchas localidades, el sistema de altavoces aún permanece como única opción de comunicación, desempeñando un papel

fundamental en la integración de la comunidad local, como explica la investigadora Cicilia Krohling Peruzzo:

> "Los altavoces vienen siendo utilizados como "radios del pueblo" en varias partes del moderado continente latinoamericano, por asociaciones y movimientos que, no pudiendo operar emisoras convencionales, en razón de las limitaciones impuestas por el sistema de concesión de canales y por las condiciones económicas, se valen de ese instrumento para transmitir programas y satisfacer así algunas de sus necesidades de comunicación" (1998: 129).

Disertando sobre la radio participativa en los movimientos populares, Peruzzo relata las experiencias con el sistema de altavoces en São Paulo. El pionerismo, revela Peruzzo, "cupo a la Radio del Pueblo de Villa Nuestra Señora Aparecida", que fue al aire el 26 de abril de 1984, abarcando la favela de 13 mil habitantes, en la zona este de la capital, de donde "iba a desencadenarse todo un proceso, que llevaría al número de cuarenta y dos unidades ya en 1988". La implantación de las radios populares, a través de sistemas de altavoces en São Paulo fue una iniciativa de la Iglesia Católica, coordenada por el Cemi - Centro de Comunicación y Educación Popular de la Archidiócesis de São Paulo.

Así, podemos decir según Santiago (2002: 113) que radio popular es aquella dirigida por una organización o institución popular con objetivos y programación dirigidos para el pueblo, convertida en sujeto activo de la comunicación. Conforme las experiencias relatadas, hemos establecido una simbiosis entre radio local y radio popular. Sin embargo, se hace necesario observar, que no toda emisora local es necesariamente popular. Principalmente en Europa y Estados Unidos, se vuelve cada vez más común encontrar emisora local, segmentada en la información, en la educación, en la religión, sin cualquier connotación con lo popular.

La comunicación social regional y local se establece en una comunidad rural o urbana, porque se desarrolla entre personas en interacción próxima, aglutinadas en grupos familiares, que comparten valores, modos de vida, intereses e idioma comunes, o sea, comparten una cultura común, y tienen raíces en la misma tierra. La comunidad de que aquí se habla es telúrica. Su

referente es la tierra, el territorio, aun cuando las personas de él se alejan físicamente, como acontece cuando surgen fenómenos de inmigración y emigración. Por eso, tiene más sentido hablar de comunidad cuando el medio en cuestión es pequeño; tiene menos sentido, pero no es despropositado, hablar de comunidad cuando el término se refiere a grandes centros urbanos.

El territorio comunitario es menos amplio en el espacio local, más amplio en el espacio regional. El espacio regional abarca varias comunidades locales interligadas, mientras la comunidad local se restringe a ella misma, siendo su célula básica la familia. El local es el espacio social a continuación de la familia (García, 1995: 15).

Pero, la radio local no se caracteriza solamente por la función social. Existe una inclinación de radio local con finalidad mercadológica y comercial. Se encuadra en esta categoría la radio local de escuela y universidad, que transmite a través del sistema de altavoces o transmisor de ondas electromagnéticas. Otra manifestación de radio local, con finalidad mercadológica y comercial es la radio-tienda, que viene sustituyendo los sistemas de sonido de las grandes tiendas de departamentos, los grandes almacenes, con perspectiva de alcanzar otras iniciativas comerciales, como centro comercial. La radio-tienda opera dentro de las mismas características de las emisoras comerciales, con programación comercial, información, prestación de servicio e inserción comercial, donde los anunciantes son los proveedores de la tienda. Una de las pioneras en Brasil en este género es la radio tienda de la Renner. La programación es generada en Porto Alegre y llega a las tiendas Renner de todo el país vía-satélite. La radio-tienda, con programación en directo, generada en la propia tienda, constituye un importante espacio para la formación de nuevos profesionales, a medida que ofrece a quien esté comenzando la oportunidad de mostrar su talento, cada día más difícil de acontecer en la radio comercial, que prefiere el profesional con experiencia.

Partiendo de la premisa que la multiplicidad de los modelos de radio local se debe a los “varios contextos sociopolíticos y económicos en que cada emisora surgió” y que, en función de esta diversidad de modelos con que ella se presenta, la definición de radio local “no significa ninguna camisa de fuerza

teórica", Teresa de Sá Teixeira elaboró un concepto de radio local amplio, sin embargo buscando contemplar su diferente especificidad y connotaciones:

> "El concepto de radio local se refiere entonces a un modelo de emisora que tiene como fundamento básico su ligazón estrecha con una comunidad. Esta ligazón puede tener un significado de pertenencia a la comunidad, o simplemente estar dirigido a ella, ser hecho para y por ella. La comunidad puede ser de interés cultural o geográfico. La emisora refleja la pluralidad de su audiencia sin hacer juicios de valores y la programación atiende a sus necesidades e intereses, disponibilizando informaciones sobre hechos próximos, o dentro de una óptica local, hechos regionales y globales. Este tipo de emisora puede optar entre modelos no comerciales, comerciales o mezclas, sin que esto le saque el carácter de radio local" (1988: 119).

El concepto elaborado por Teixeira refuerza la importancia de la flexibilidad en la constitución de la radio local. La comunidad dirige la emisora y la programación, de acuerdo con sus necesidades e intereses, independientemente de una denominación o clasificación.

Para Cogo (1998: 99), las radios populares se insertan en la vida cotidiana de los receptores a medida que se vuelven útiles a sus oyentes, prestando servicios que envuelven las diferentes dimensiones de lo cotidiano (desde las recetas culinarias, informaciones sobre el tiempo y la hora hasta cuestiones educativas y coyunturales más amplias).

> "Solas o junto con instituciones no gubernamentales, desarrollan campañas de salud, nutrición, educación, protección del medio ambiente. Reconocen que la acción social no pasa apenas por la lucha o la confrontación, y sí por la demanda y la negociación. Suministran informaciones imprescindibles para actuar con mayor eficiencia ante los poderes públicos (...) se convierten en canales para la difusión de actividades colectivas que estimulan la organización y la acción popular" (1998: 98).

Nos cuenta Peruzzo (2002: 23) que el origen de esas radios está anclado en las experiencias de radios populares de altavoces, también conocidas como radio- poste, cuyo apogeo ocurrió en los años 80, en Brasil.

> "La transmisión de programas a través de altavoces, fue, y continúa siendo en muchos lugares, el vehículo de comunicación a que las organizaciones

comunitarias tuvieron acceso para poder llevar sus mensajes a los habitantes de determinadas localidades. Son llamados de “radio del pueblo" o de “radio popular". En Muqui (Es), existió una emisora de ese tipo en 1948 para divulgar las promociones de una tienda. Con el tiempo, pasó a desarrollar un servicio de utilidad pública. Transmitía música, debate político, juegos de fútbol y fiestas. En otros municipios de Espírito Santo, como Castelo, Alegre y Guaçui también existieron servicios semejantes. Con el Golpe Militar de 64 fueron extinguidos”. (Declaración de Terezinha Jovita Coelho.) (2002: 24).

Sin embargo, el uso del altavoz como radio, surgió hace muchos años, aún antes del régimen militar de 1964, en muchas localidades, principalmente en el interior, y en general vinculados a tiendas comerciales, Iglesias y Ayuntamientos.

Llenando los espacios dejados por las emisoras convencionales y sirviendo de canal de expresión de sectores sociales de menor poder adquisitivo, proliferaron en el país en la década de 80 los servicios de altavoces, que en muchas comunidades, pueblos y pequeñas ciudades se transformaron en el principal canal de comunicación de la población. Esos servicios de altavoces, generalmente controlados por los Ayuntamientos, se sitúan en puntos estratégicos de gran movimiento en las pequeñas ciudades del interior, principalmente en el Nordeste del país.

3.6.5. Las Radios de Guerrilla

Utilizadas como arma de guerra y de información, las radios de guerrilla pueden ser también un instrumento de comunicación entre los combatientes amigos, optimizando el proceso comunicacional de emisión-recepción. Las primeras noticias de ese tipo de emisora vienen de la Revolución Cubana, cuando Che Guevara tiene la idea de crear la Radio Rebelde, en el año de 1958.

Oscar Nuñez Mayo (1980: 76) clasifica como radios de guerra las emisoras organizadas con el objetivo de emitir mensajes que expresan el pensamiento político de grupos disidentes frente a un sistema establecido. Son utilizadas como verdaderas armas político-militares, trabajando con la información para confundir al enemigo. Son la voz de la oposición en el exilio, de la subversión y de la resistencia.

Mayo también las denomina "clandestinas", haciendo una distinción entre emisión y emisoras clandestinas, ya que cualquiera puede entrar en el aire y atravesar una emisora oficial para realizar una emisión clandestina. En ese caso, se transmite encima de las emisiones oficiales, una práctica muy utilizada actualmente por jóvenes que no tienen otro objetivo sino piratear y bromear con la radio.

Las radios de guerra y las de guerrilla aparecen diferenciadas entre las emisoras no oficiales por dar un contenido militar a sus transmisiones. Otro dato importante es que, especialmente las de guerrilla, se comportan como emisoras no oficiales hasta el momento de la victoria en la disputa política, pasando a ser una emisora oficial en el momento siguiente. Ese tipo de radio es parte integrante de una estrategia de guerra, teniendo como uno de sus objetivos más importantes exactamente la transformación para el status oficial.

Aunque en determinada situación de la lucha política ellas se pongan como instrumento de la democratización de la comunicación - comunicación dominada por el poder de la situación - y divulguen informaciones deformadas para la población, al vencer la guerra ellas pasan a portarse con las mismas características de las emisoras autorizadas, incluso trayendo, en algunos casos, más democracia para el vehículo.

Decía Che Guevara sobre las radios guerrilleras: “En el momento en que todos los habitantes de una región o de un país están tomados por la fiebre, más ardiente o menos ardiente, de luchar, la fuerza de la palabra aumenta y pasa a cada uno de los futuros combatientes. Ella explica, enseña, excita. Determina, en cada uno de los amigos y de los enemigos, sus futuras posiciones. Pero la radio debe obedecer al principio fundamental de la

propaganda popular, que es la verdad. Una verdad, aun si ella tiene poco efecto, es preferible a un gran embuste"[93]. Para Fidel Castro (Nunes, 1995: 101) "... la Radio Rebelde no era apenas un medio de información, muy útil en ese sentido. Era también un medio de comunicación entre nosotros mismos".

El ejemplo de la Radio Rebelde es seguido por los guerrilleros de El Salvador con la creación de la Radio *Venceremos*, el 10 de enero de 1981. La guerra civil en el país, iniciada en 1981 y provocada por elecciones fraudulentas patrocinadas por la oligarquía rural y por el poder militar, lleva a los grupos de oposición al régimen, representados por el FMLN - Frente Farabundo Martí para la Libertación Nacional, a crear alternativas de comunicación, ya que las TVs y radios oficiales estaban controladas y bajo censura.

La Venceremos, operando junto con la Radio Farabundo Martí, la estación cultural del Frente, funcionó con cuatro programas diarios de dos horas, dirigida por tres hombres y dos mujeres. Transmitía en FM y ondas cortas. Entre los comunicados del comando, los guerrilleros pudieron oír, por aquel entonces, músicas de brasileños, tales como Chico Buarque y Geraldo Vandré.

En 1992, con el acuerdo de paz que integra a los guerrilleros en la composición política de la sociedad salvadoreña, el FMLN se transforma en partido político. La Radio Venceremos es cerrada y sus profesionales absorbidos por un sistema comercial de comunicación social implantado en el país, que queda como una anécdota histórica.

Transmitiendo en varias bandas y en diferentes clases de ondas (cortas, medias y frecuencia modulada), las radios libres de El Salvador alcanzan el campo, las ciudades, las zonas controladas por los guerrilleros, la retaguardia enemiga y, a veces, hasta los campamentos militares y los países vecinos. Esas emisiones se dan, por supuesto, bajo condiciones de guerra, o sea, bajo fuego de los morteros usados por las Fuerzas Aéreas. Son verdaderas radio-guerrilleras y en el contexto de la guerra civil de El Salvador no podría ser

[93] Che Guevara, E. LA guerre de guérrila, 1987: 141. En Peruzzo, 1998: 215, 216.

diferente. Por su penetración y eficacia, ellas se vuelven objetivos militares fundamentales del enemigo, que no se cansa de rastrear sus señales e intentar perjudicarlos con interferencias.

En Nicaragua, entra en el aire la radio *Sandino*, acompañando a las tropas contrarias al régimen de Anastázio Somoza, que también se convierte en radio oficial después de la victoria de los sandinistas. En el lado opuesto, los contrarrevolucionarios se valen igualmente de la radio como arma política y crean la Radio Quince de Septiembre, del Frente Democrático Nicaragüense, hoy desactivado, que transmitió informaciones contrarias durante el gobierno de Daniel Ortega.

Según Mayo (1980: 11), el comunismo soviético y el nacional-socialismo en Alemania impulsan el aparecimiento de las primeras radios clandestinas en Europa. Esos dos movimientos políticos utilizan la radio como arma muy poderosa de propaganda y adoctrinamiento ideológico. Para reaccionar, las emisoras clandestinas inauguran, entonces, la información de resistencia. Solamente entre los años de 1938 a 1945, durante la Segunda Guerra Mundial, se calcula que entraron en funcionamiento cerca de setenta radios clandestinas.

Para Masagão (1987: 114) “Escuchar las radios libres también se vuelve un acto de guerra, si consideramos que incluso la audición es prohibida. En las ciudades donde no existe control revolucionario, la escucha es clandestina, pues la policía reprime a las personas que sintonizan las radios revolucionarias”.

3.7. Dando voz al pueblo de América Latina

El bajo costo hace que la radio sea el primero de los grandes medios electrónicos de comunicación a llegar al continente latinoamericano hace más

de 60 años. Y es en América Latina también donde más van a proliferar en las últimas tres décadas las emisoras radiofónicas.

En el comienzo de la década de 1960, había 14 millones de aparatos receptores de radio en el continente. Quince años más tarde, asciende para 15 millones el número de receptores. Si en América Latina la relación actual es de una emisora para cada 17 mil receptores, en Canadá existe una radio para cada 75 mil oyentes, y en los Estados Unidos, una radioemisora para cada 82.200 receptores. En la Ex Alemania Occidental, la relación llegaba a 680 mil receptores para cada emisora[94].

Se puede decir que las primeras experiencias de radio comunitaria se iniciaron en América Latina hace casi medio siglo y durante muchos años los pueblos indígenas, sindicatos, universidades, iglesias, sectores privados y Estado combinaron sus esfuerzos, haciendo de la radio de la región la más dinámica y diversa del mundo. Era necesario preocuparse no sólo por la soberanía de la información en el plano internacional, sino que se debía incluir la democratización interna de los medios que proveyeran al público acceso al control de sí mismos. Así las experiencias se iniciaron con las formas más incipientes de hacer radio (altavoces, transmisores de baja potencia) pretendían dar voz a las poblaciones marginadas para que reconocieran el valor de lo local y lo autóctono, y tuvieran las herramientas para luchar por un sistema justo. Convencidos de que el desarrollo se gestaba desde abajo y por fuera de los medios masivos, su tarea consistió en devolver la voz al pueblo[95].

Las experiencias de uso comunitario de la radio ganan nuevo incremento desde la década de 1970. En parte, en función del propio surgimiento de la ALER con el papel de animadora y aglutinadora de las experiencias de radios comunitarias. Pero en gran medida también, porque aquel decenio puede ser considerado el marco de un nuevo empuje de las organizaciones populares y al mismo tiempo de un nuevo enfoque que nace y gana destaque en las propuestas de educación en las sociedades latinoamericanas: el enfoque de la educación popular.

---

[94] Chasqui – Revista Latinoamericana de Comunicación. Quito, CIESPAL, n. 10.
[95] Gonzalez Paz, 2002; www.geocities.com/capitolHill/congress/2850/index.html

> "es una educación que, al contrario de la educación tradicional, quiere convertir el alumno en sujeto del proceso educativo; está orientada a formas hombres y mujeres conscientes y comprometidos con el mundo social y, para eso, impulsa la organización popular. Surgen experiencias de radio que apoyan estos grupos y producen programas educativos dentro de la nueva línea. Es el momento de la participación popular, especialmente de las organizaciones del pueblo" (Cogo, 1998: 73).

Otro uso alternativo de la radio concierne a emisoras que nacen y operan dentro de procesos revolucionarios que envuelven lucha armada y funcionan bajo el poder de grupos políticos guerrilleros en países de América Latina. Desde la Revolución Cubana, cuando la Radio Rebelde entra en el aire para informar y al mismo tiempo contribuir con la organización de la lucha de los revolucionarios, la dimensión militante en la colocación de la radio gana destaque en el escenario latinoamericano.

En Nicaragua, se destaca el trabajo realizado por la Radio Sandino, en un contexto en el que los medios de comunicación desempeñaron papel importante durante la guerra civil que puso fin al régimen autoritario del dictador Somoza, aliado a los intereses norteamericanos en América Central.

Para Cogo ninguna propuesta de uso de la radio en favor de un proyecto revolucionario popular en América Latina ha sido conducida con tanta habilidad y éxito cuanto por los guerrilleros de El Salvador en la lucha contra la intervención norteamericana.

Las primeras radios libres en América Latina fueron radios sindicales y revolucionarias. En Bolivia, en el comienzo de los años 50, surgieron las radios de los trabajadores de las minas. Según Jorge Mancilla Romero, que estuvo ligado a la Radio Vanguardia en el centro minero de Colquiri: "El complejo de las emisoras mineras nace como una necesidad de la base, luego del triunfo de la revolución nacional de 09 de abril de 1952 (...). Las radios Sucre y Bolívar (...) aparecen en 1952 y ya en 53 salen del aire (...) después surge la Voz del Minero, de la mina Siglo XX, en la época inmediatamente posterior al triunfo de abril, en que se dio la nacionalización de las minas. (...) En Catavi, surge la Radio 21 de Diciembre, en homenaje a los mineros muertos en la masacre de 21 de diciembre de 1942. Inmediatamente después, surge la Radio Nacional de

Huanuni (...) eso provoca una fiebre de emisoras sindicales que se esparce especialmente en los sectores mineros (...) En 1963, había 23 emisoras funcionando en todo el país" (Masagão et al., 1987: 102).

En febrero de 1958, los guerrilleros cubanos hacían la primera transmisión de la Radio Rebelde, idea de Che Guevara, desde el territorio liberado de Sierra Maestra. Entre 58 y 59, transmitían todas las tardes hasta el fin de la lucha contra la dictadura de Batista, desde el cuartel-general de La Plata. La radio tuvo papel estratégico en la lucha revolucionaria pues era el nexo de ligazón entre el cuartel-general de La Plata y los varios frentes guerrilleros. Era "constituida por varios transmisores que avanzaban en la dirección de La Habana. En cada territorio tomado, un nuevo transmisor era montado, siempre en conexión con el cuartel-general" (Masagão, 1987: 102).

Esa táctica sería reconquistada por las Radios *Sandino* de Nicaragua y *Venceremos* de El Salvador. Sobre las radios revolucionarias Venceremos y Farabundo Martí de El Salvador, nos dice Denise Maria Cogo:

> "Ligada al Frente de Liberación Popular (FLP) (...) la Radio Farabundo Martí surge en enero de 1982, pasando a tener movilidad constante dentro de las zonas de control revolucionario, desde la constitución de una red de correspondientes de guerra y de unidades móviles de información. Orientada exclusivamente hacia las informaciones referentes a la guerra, la programación es transmitida diariamente de las 12h30min a las 19h (...) Los problemas enfrentados por la emisora son semejantes a los de la radio Venceremos y están ligados al mantenimiento de los equipos, interferencia y rastreo por parte del enemigo. Las dificultades van siendo superadas por la propia población (...) que trató de crear círculos de escucha vueltos para la formación política y núcleos de personas alrededor de la emisora" (1998: 84).

Pero el movimiento de radios libres en Brasil no es heredero de esas radios revolucionarias latinoamericanas. Hasta que se intentó, nos dice Riego (2002) pero en Brasil nunca se llegó a organizar grandes movimientos revolucionarios ocupando territorios, y teniendo la radio como instrumento de lucha. La inspiración más próxima fue la de los movimientos de radios libres, ligadas a los movimientos sociales, en Italia y en Francia, de los años 70 hasta los 80. Se trata de otro momento, o del inicio de otro porvenir. Y es

fundamental que podamos distinguir y caracterizar con clareza esa rotura de continuidad. Ese proceso que se inicia, podemos decir, en los movimientos de 68, da el punto de partida para otro modo de hacer política, cuando el anterior aún no terminó.

> "Los movimientos que estamos caracterizando como herederos de 68, tienen como trazo principal la pluralidad, la diversidad de direcciones, objetivos, modos de organización. En Italia los integran estudiantes, artistas y teóricos universitarios, las nuevas líneas radicales del movimiento obrero, que se desligan de las ataduras del movimiento sindical concentrado por la CGT, y del PCI. En Francia, Paris, por ejemplo, son tantas las radios que empiezan a mezclarse en el dial, en una cacofonía delirante: radios anarquistas, trotskistas, gays, anarco-lesbianas, ecologistas, orientalistas, etc. Lo que es más explícito, más claro, en esa productividad desbordante de discursos y propuestas irradiadas, es la alegría, la experiencia de un nuevo mundo de libertad, de formas de asociación, de agenciamentos sociales y de pensamientos inaugurales".

Todas esas radios fueron ilegales y poco a poco, en Francia y en Italia, como después, en Brasil, empiezan a organizarse movimientos que reivindican cambios en la legislación de telecomunicaciones, cambios que definan medios específicos para la legislación de estas prácticas de comunicación.

Machado, Magri y Masagão cuentan lo que pasó:

> "Las dos formas de legalización adoptadas en Europa les fueron igualmente nocivas. La legalización de tipo empresarial (...) italiana, dando énfasis a la capacidad técnica y económica, con apertura al soporte publicitario, aplastó las radios verdaderamente alternativas, pues sus modestos transmisores no pudieron enfrentar la hegemonía del gran capital. Y la legalización del tipo burocrático, (...) francesa, dando énfasis a la representatividad político-partidaria, al poder local y a los organismos corporativos y sindicales, acabó diluyendo las emisoras no vinculadas a los aparatos convencionales de representación y que no por acaso eran las más creativas y las más consecuentes del movimiento. (...) los movimientos de la juventud y de los trabajadores – el principal alimento de que ellas se nutrían – entraron en reflujo. Las radios libres no podrían solas transformar en ruido el silencio de la mayoría (...) Encuadrada la rebeldía, institucionalizada la libertad, vigilada la desobediencia civil, el movimiento de las radios libres apenas acompañó el reflujo general de la sociedad europea." (Masagão et al.,1987: 77-78)

Este es el trasfondo histórico del movimiento de las radios comunitarias en América Latina. Luego, a partir de la expansión de la FM, aparecen más tipos de radios comunitarias pero todas vinculadas a la sociedad civil. Aparecen las radios barriales en Argentina y muchas otras en la región. Esto enriquece el panorama, y sólo en los últimos años aparecen algunas municipales. Pero como apunta Roncagliolo (1999: 262) "las radios municipales (o locales) no necesariamente se consideran a sí mismas radios comunitarias".

El desarrollo de las radios comunitarias las ha llevado a la escena de lo masivo, a buscar y captar audiencias, a insertarse en la dinámica política y económica del sistema social y hasta a competir por la tarta publicitaria. El proceso no ha estado exento de problemas. Cuando la radio comunitaria estaba circunscrita a lo local, a lo micro, no representaba mayor importancia ni para el Estado ni para la empresa privada de radiodifusión.

Según Roncagliolo (1999: 264) en América Latina hay dos modelos iniciales de radios comunitarias, y que tienen una realidad distinta de la europea. El primer modelo fue el de Radio Sutatenza inaugurada en Colombia en 1947, y el otro modelo que inspira a las radios comunitarias es el de las radios de los sindicatos mineros de Bolivia, generadas a partir de la revolución boliviana de 1952.

Para Cogo (1998: 39) en la mayor parte de los países latinoamericanos, la comunicación popular emerge en el interior de los movimientos y organizaciones sociales en medio a una conjuntura de profunda insatisfacción por parte del pueblo y de profundas restricciones a las libertades de expresión.

La inserción en los movimientos populares atribuye, por tanto, sentido político a la comunicación popular a medida que las prácticas y experiencias comunicativas cumplen un papel instrumental en la defensa de los intereses y en la expresión de las reclamaciones de los grupos populares. La comunicación comunitaria está, así, relacionada con las necesidades de los movimientos de resistencia y reivindicación y, en cada uno de ellos, va ganando significado e identidad propios, según constata Luiz Gonzaga Motta:

"(...) la forma que asume la comunicación alternativa popular en cada movimiento depende del tipo de reclamación en cuestión, de la correlación de fuerza de los grupos envueltos, del grado de organización de los sectores populares, del tipo de información buscada o por difundirse, de los recursos disponibles, del apoyo encontrado, de las facilidades para contactos personales y de muchos otros aspectos" (1987: 46).

Como llama la atención José Martinez Terrero (1983: 51) "la comunicación es popular no por contraponerse a la burguesía, sino por la forma de inserirse en un proceso de transformación de la realidad".

Según Utria (1969: 55), la participación popular, en sentido amplio, en el ámbito de América Latina, "empieza con un lento y articulado proceso de toma de conciencia, por el cual los individuos adquieren una vivencia real de su situación y de su destino en el universo social y político que les rodea, elaboran y definen una imagen de sus auténticos intereses y los contrastan, analíticamente, con el orden social, político y económico. A través de este proceso, el hombre y la comunidad se descubren a sí mismos, se identifican con todo aquello que puede conspirar contra sus intereses y aspiraciones. En esas condiciones, hombre y comunidad están potencialmente listos para iniciar el complejo proceso de participación popular".

En la misma línea, también Kaplún (1987: 70), analizando su experiencia con el casete foro[96] en Uruguay, llega a la conclusión de que la participación popular "es un proceso largo y lento, que no se da de un día para el otro ni a lo largo de un año de trabajo. Puede llevar mucho tiempo hasta que un grupo llegue al grado de madurez y conciencia crítica que le permita superar sus conocimientos culturales y dialógicos, posibilitando una efectiva participación autónoma en la comunicación". En este sentido, dice que no basta crear mecanismos y canales de participación.

Para Peruzzo (1998: 295), en verdad, no existe acuerdo ni están encerrados los debates a la cuestión de la participación popular en la comunicación. Algunos argumentan que ella es inviable debido a las

96 El Casete Foro ponía su acento en la posibilidad de revertir la unidireccionalidad comunicacional y recuperar el sentido dialógico de la comunicación, frente al paradigma dominante de información.

características de los propios medios, siendo difícil, por ejemplo, empeñar todo un grupo social en la producción de un periódico. Sin embargo, no se puede prescindir de mecanismos de representatividad ni de metodologías apropiadas para su efectivación. Otros, como Jack Banks y Deanna Robinson, lo consideran imposible, porque el poder se hace omnipresente en el contexto social y no es eliminable porque es necesario para la organización, que, sin él, "sería una anarquía". Y exteriorizarlo siempre será factor de condiciones injustas. Con apoyo de Demo, también hallamos cierto que ninguna sociedad sobrevive y se organiza sin estructura de poder. La cuestión no es acabar con él, sino, por la participación, democratizarlo.

En esa dinámica, nos cuenta Peruzzo (2003: 12), se desarrollan tanto los pequeños medios de comunicación como aquellos que buscan hablar para audiencias mayores, pues tienen en el horizonte la transformación social, que no sería apenas tópica, sino de la sociedad como un todo. Habiendo problemas iguales o análogos en diferentes lugares y habiendo experiencias y propuestas de avance en toda parte, ¿por qué no interconectarlos? Las emisoras de radio y redes implicadas en ese tipo de proceso, por ejemplo, existen con gran expresividad en América Latina y en el mundo.

Más que una cuestión de tamaño o de alcance, lo que hace más sentido en la comprensión de la comunicación comunitaria en Brasil y en América Latina es la confluencia de propósitos y el tipo de acción concreta que es desarrollada en diferentes partes, pero que se encuentran en el objetivo estratégico del desarrollo social.

En 1947 el cura párroco José Salcedo, de la aldea colombiana de Sutatenza, instaló una radio elemental para apoyar las campañas evangelizadoras y alfabetizadotas de la Iglesia Católica. En el correr de una década se formó una cadena de ocho radios, con patrocinio internacional y del gobierno nacional, para favorecer la educación no formal de los campesinos colombianos. Las experiencias de las radios educativas, casi todas cristianas, se extendieron por América Latina en los años sesenta. Cerca de medio millar de radios de este tipo surgieron en 15 países. En un primer momento dirigieron

su atención a los campesinos e indígenas y en los setenta también a las poblaciones suburbanas y marginadas.

Un pensamiento principal para las radios educativas es el de Paulo Freire, quién inspiró una revolución del concepto tradicional de educación. A estas ideas se juntaron también las de las de la Teología de la Liberación y de la teoría de la dependencia (Roncagliolo, 1999: 260-261).

El surgimiento de las radios sindicales tiene una clara causalidad en las características organizativas e ideológicas del movimiento obrero. Esas condiciones le han permitido, en diversos países y en diferentes períodos, crear o apropiarse de distintos medios de difusión para respaldar sus reivindicaciones económicas, sociales, políticas y culturales. Han utilizado múltiples prácticas para tener voz propia y escapar al condicionamiento de los medios masivos que, en buena medida, perciben como ligados a los propios patrones con los cuales mantienen conflictos.

Santiago (2002: 115) nos cuenta que a los sindicatos mineros bolivianos son atribuidas las primeras experiencias con radiodifusión comunitaria en América Latina, realizadas en 1946, dos años después de la creación de la Federación Sindical de los Trabajadores Mineros de Bolivia (FSTMB). Relata Luiz Santoro que los mineros bolivianos, no creyendo en las informaciones vehiculadas por las emisoras del gobierno, acabaron por forjar su propio circuito de informaciones, por medio de emisoras de radio. La radio cumple ahí la función de informar, a nivel local, pondera el autor, transformándose en “un instrumento de información, esencial como mobilizador y conscientizador en una población casi nada alfabetizada” (1981: 98). Primero los mineros, después los sindicatos fabriles y los campesinos utilizaron la radio para divulgar sus actividades, tornar pública sus reivindicaciones y promover los hábitos culturales de sus comunidades.

Decenas de movimientos insurgentes del Tercer Mundo han utilizado la radio, en lo que va de la segunda mitad de este siglo, como elemento de lucha. Emisoras clandestinas que han jugado un papel importante como elemento de comunicación entre las organizaciones político-militares y la población. Son un

tipo especial de radio, que por fuera del sistema establecido se exponen a "sanciones" que van mucho más allá de la clausura o la incautación de equipos.

José Ignacio López Vigil es ilustrativo al describir las vicisitudes de Radio Venceremos, en El Salvador:

> “Cuando cayó el primer gran operativo contra Morazán, el objetivo era resistir (...) El primer mensaje político de la radio consistía en mostrarles a los amigos y al enemigo que ahí estábamos (...) Y transmitimos aquellos días bajo el fuego de los morteros. Y hemos transmitido infinidad de días bajo tierra, bajo lluvia, con los cuilios enfrente, con los helicópteros encima, con la mayor terquedad de salir al aire que haya conocido ninguna radio en el mundo” (1992).

3.8. La radio comunitaria hoy en Latinoamérica

A las radios comunitarias les toca pensar y actuar local y globalmente, sin dejar de reconocer y garantizar la vigencia de las micro-culturas. Buscan ampliar sus fronteras geográficas pero sin perderse en la globalización. Son susceptibles de convertirse en empresas de comunicación sin perder la noción de servicio público y de profundizar la democracia. “Pueden contribuir a que el Estado y los grandes medios comerciales reconozcan los medios comunitarios y comprendan que existe una lógica de rentabilidad socio-cultural, acerca del funcionamiento y propiedad, que debe primar sobre las lógicas de rentabilidad económica y política” (Villegas, 2002: 182).

Bregaglio (Galarza, 2003: 58) manifiesta que: “frente a la falsa contradicción entre los medios de propiedad del gobierno y los medios privados motivados por la lógica pura del beneficio, es necesario legislar una tercera clase de medios, que es propiedad social y donde puedan escucharse las voces de los sindicatos, las minorías étnicas y religiosas y las demás organizaciones”.

Las radios comunitarias también han entrado al debate de las tecnologías, y su aplicación para el fortalecimiento de las capacidades de la sociedad civil. Cada vez más radios comunitarias utilizan las tecnologías para acceder a la información y se interrelacionan, logrando mayor presencia en la comunidad y en el ciberespacio.

En muchos países la radio comunitaria es hoy una parte establecida y reconocida del panorama de medios, funcionado bajo condiciones reguladas, de propiedad y rendición de cuentas locales, brindando acceso a los medios a ciudadanos y comunidades, y apoyada a través de una mezcla de financiación pública y privada. Es común a lo largo de Europa y NorteAmérica, pero es América Latina la que cuenta con el movimiento de radio comunitaria más diverso y difundido[97].

En los últimos 10 años se han visto los incrementos del uso de la radio por grupos populares. Algunos de estos grupos como el del “Colectivo Radial Feminista del Perú”, producen programas y los difunden por las ondas de estaciones comerciales. En otros casos usan bocinas, es decir, simples altavoces instalados en las villas, a través de los cuales la comunidad puede tener la voz que le es negada por los otros medios de comunicación. En Argentina, como en Brasil, han surgido miles de estaciones tan pequeñas que escapan al control de las leyes que rigen las telecomunicaciones.

Los pueblos indígenas tienen sus propias estaciones de radio en toda la región; estas estaciones transmiten en lenguas indígenas y constituyen un espacio importante para su proyección cultural y política.

Las estaciones clandestinas de la guerrilla han contribuido a los movimientos de liberación nacional en muchos países: “Radio Venceremos” en El Salvador ha difundido la lucha del pueblo salvadoreño durante 11 años antes de ser legalizada a través de la forma del tratado de paz entre el Frente Farabundo Martí y el Gobierno en febrero de 1991.

Existen cientos de otros ejemplos: estaciones pertenecientes a los sindicatos en Bolivia, estaciones dirigidas por organizaciones campesinas en

[97] Buckley, 2002; http://alainet.org/images/alai-25c-w.pdf

Ecuador, emisora de mujeres en Chile, más de 300 emisoras populares dirigidas por la Iglesia Católica y un puñado de estaciones en Nicaragua que están tratando valientemente de sobrevivir en el entorno hostil del país[98].

Hoy en día, la mayor parte de las radios comunitarias de América Latina se agrupan en dos organizaciones, AMARC y ALER. La Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC, es un organismo no gubernamental sin ánimo de lucro, destinada al servicio de las radios comunitarias en el mundo. La AMARC, como red internacional de solidariedad, contribuye al progreso de las radios comunitarias fomentando la cooperación y el intercambio entre sus asociados, democratizando y promoviendo el movimiento de radios comunitarias, que agrupa cerca de 3.000 miembros asociados en 106 países (www.amarc.org). La ALER es la red de radios comunitarias educativas más antigua e importante de América Latina. La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica nació en 1972 en Sutatenza-Colombia. Su misión inicial fue la de unir esfuerzos y compartir experiencias entre las emisoras cristianas en el campo de la alfabetización y la educación de adultos. Actualmente tiene su sede principal en Quito, Ecuador. Sin embargo, la misión actual de ALER es más amplia y persigue el fortalecimiento de las radios populares para favorecer la democratización de las comunicaciones en la región.

Una lectura de los diversos modelos de radio comunitaria, posibilita conceptuar la radio comunitaria como un medio grupal y alternativo, cuya principal función es ser un instrumento de comunicación y comentario, con la programación formateada de acuerdo con las necesidades y los intereses de la comunidad. Se caracteriza como radio local, sin finalidad comercial, controlada y mantenida por la comunidad en la que se encuentra instalada, donde el receptor también asume la condición de emisor, en un proceso de comunicación activo, participativo.

Como hemos observado, América Latina cuenta con varios centenares de emisoras comunitarias, en su mayoría FM. Individualmente, tienen un alcance limitado, pero sumadas tienen la fuerza de un maremoto. Han logrado

[98] Radio Apasionados: http://www.comunica.org/apasionados/

derrumbar gobiernos o lanzar nuevos líderes populistas. Pero sobre todo, sirven a sus comunidades, abriéndose a las ideas y a las voces del pueblo[99].

Hoy la radio comunitaria está extendida prácticamente por todo el mundo. La importancia y el impacto de estas experiencias difieren considerablemente según las regiones y países. La duración de estos proyectos puede ser de dos meses o de toda una generación. Algunas se manifiestan como experiencias totalmente aisladas, mientras que, otras están ligadas a grupos étnicos, movimientos sociales y a redes nacionales, regionales y mundiales. Estas radios están perfectamente organizadas en redes de todo tipo y casi todas están afiliadas a alguna organización coordinadora de proyectos comunes como ALER, la Asociación Latinoamericana de Educación por Radio, o AMARC, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias. Pero quizá sea ALER[100], por tener un número de miembros más limitado, la que mejor representa el espíritu de estas emisoras.

Alvarez (2004) nos cuenta que la red formada por ALER en 1997, ALRED SATELITAL, permite realizar programas y proyectos conjuntos a través de Internet o vía satélite. De este modo, los esfuerzos de todas las radios pueden concentrarse, por ejemplo, en realizar informativos de mayor calidad con corresponsales en todas las áreas del continente. Los programas suelen producirse por las radios afiliadas, se coordinan desde la Secretaría Ejecutiva, en Quito, y se distribuyen a toda la red y a radios afines. La evolución del proyecto radiofónico comunitario ha significado también un cambio en la forma de entender la labor educativa. Hoy son pocas las emisoras que mantienen el proyecto inicial de llevar la escuela a las ondas, aunque aún se sigue haciendo. Un ejemplo es IRFA, el Instituto Radiofónico Fe y Alegría de Venezuela, que sigue impartiendo clases a través de sus radios y, en algunos casos, llega incluso a otorgar certificados de estudios.

---

[99] Alfonso Gumucio Dagron; www.comminit.com/la/lahaciendoolas/sld-931.html

[100] ALER nació en 1972 como iniciativa de 18 radios que vieron en la unión una posibilidad de crecimiento y desarrollo. Sus objetivos eran mejorar los programas educativos, capacitar al personal de las emisoras y buscar apoyo económico para seguir creciendo. En los 90, se abre a emisoras no católicas y crece hasta formar lo que es hoy, una asociación que reúne a 98 radios de toda América Latina y que tiene una audiencia de más de 12 millones de personas, casi todas pertenecientes a sectores excluidos o con poco acceso a los servicios públicos

Según palabras de Pepe Arévalo[101], Coordinador del Sistema de Comunicación Radiofónica de ALER, el fin de la Guerra Fría marcó un antes y un después en la concepción de estas emisoras, y, a partir del Encuentro de Radios Educativas que tuvo lugar en Quito, Ecuador, en 1991, se emprendió un nuevo camino que pasaba por la redefinición del objetivo de las radios comunitarias y su labor, que aún hoy sigue en marcha. Dentro de su adaptación a los nuevos tiempos se desarrollan programas que asumen nuevas realidades como la rearticulación civil tras las dictaduras o la inmigración. Actualmente, uno de los proyectos más interesantes es el "Plan migración, comunicación y desarrollo". Este plan se creó desde Ecuador con la idea de racionalizar las aportaciones de los inmigrantes ecuatorianos a su país. Las cifras dicen que en los últimos años casi un 10% de la población ecuatoriana ha emigrado a otros países y que la cantidad de dinero que entra al país de parte de los inmigrantes supera los 1200 millones de dólares al año.

El "Plan migración, comunicación y desarrollo" tiene una cara comunicacional en el programa "Callos y Guatitas”, producido por ALER y la Coordinadora de Radios Comunitarias de Madrid, que se emite en 13 emisoras de Ecuador y en 4 de la capital española. El programa da las noticias del país, permite a ecuatorianos que vivan en España hablar con sus seres queridos en Ecuador, pero la parte más importante del programa es la que no sale en radio y es la que se pone en contacto con las familias que reciben el dinero de sus familiares para concienciarles de que hagan un gasto racional e inviertan ese dinero de forma productiva, ya sea en programas de desarrollo o en inversiones responsables que puedan propiciar, con el tiempo, el retorno de sus familiares con garantías a Ecuador.

En opinión de Alvarez (2004), “ahora el gran enemigo a enfrentar son las distintas legislaciones que regulan la situación de las radios comunitarias en América Latina. A excepción de Colombia, todos los países presentan restricciones, de una u otra manera, a la labor de estas emisoras”.

[101] En: Alvarez, Paola. Las radios de la esperanza; http://www.infosolidaria.org/ El 22/01/2004.

Nestor Busso[102], Director de la Radio Encuentro en Argentina y experto en legislación sobre Radios Comunitarias, agrupa las restricciones en tres tipos: restricciones en la potencia de emisión, en la decisión del contenido y en el uso de publicidad como forma de financiación (la única forma que tienen estas radios de mantenerse lejos del alcance de las influencias e intereses políticos). Así, por ejemplo, Chile se enfrenta a restricciones que impiden emitir con una potencia que supere un kilómetro de alcance; en Venezuela es el gobierno el que tiene la última palabra sobre la programación de cada emisora y Perú lucha contra la norma que impuso el gobierno el pasado año que impedía la utilización de publicidad.

Mientras continúa la lucha por la superación de los obstáculos legislativos, las radios comunitarias de América Latina siguen trabajando incesantemente con el mismo objetivo con el que empezó todo en 1947: mejorar la vida de los excluidos, proporcionar nuevas herramientas para luchar y, en definitiva, la idea que subyace a los proyectos de radios comunitarias, no sólo en América Latina sino en todo el mundo: dar la voz a los sin voz.

Ese breve relato de algunas experiencias radiofónicas en Latinoamérica constituye apenas algunos ejemplos que ya se hizo en los moderados centros sudamericanos en términos de radiofonía alternativa. Para Masagão et al. (1987: 115), “otras experiencias igualmente ricas, sobre todo en Ecuador y en Nicaragua, deberían también ser recordadas, pero faltan todavía estudios más sistemáticos a respecto del asunto”. Las informaciones son esparcidas y desencontradas, en virtud de las propias circunstancias en las que acontecen esas radios. Otra historia de medios de comunicación de masa, bien diferente de esas que circulan por ahí, aún está por ser escrita.

En América Latina, las ondas de la comunicación comunitaria se encuentran a veces asociadas a las actividades arriesgadas que sólo se justifican delante de la grandeza de los ideales de paz, justicia y libertad para todos. Experiencias que transmiten esperanza.

[102] En Alvarez, Paola. Las radios de la esperanza; http://www.infosolidaria.org/ El 22/01/2004

Veamos a continuación algunos datos y curiosidades sobre las radios comunitarias en algunos países de Latinoamérica:

3.8.1. Bolivia

El 14 de mayo de 2004, el Pleno de Ministros y el Presidente de la República, Carlos Mesa Gisbert, firmaron un Decreto Supremo para la Radiodifusión Comunitaria. En la reglamentación aprobada no existen limitaciones de potencia o frecuencias, por lo que da pleno acceso al espectro radial del país. La norma da a las comunidades, en su mayor parte indígena y rural del país, la capacidad de operar sus propias estaciones de radio y televisión y ofrece la posibilidad de contar con publicidad[103].

Un proyecto asumido por la comunidad genera frutos, proyectos conjuntos, arte y poesía que reflejan el cotidiano local, en Bolivia los márgenes del río Titicaca, la Facultad de Comunicación de la Universidad Católica y Radio Nederland vienen apoyando comunidades que trabajan en área de comunicación en sus pueblos. Allí, según afirma Alberto Sierra, periodista de la Radio Nederland, existe una comunidad que empezó sus emisiones en casetes que eran transmitidos en los autobuses. Luego empezaron a transmitir por altavoces los domingos y actualmente, gracias a varias radios viejas y al ingenio de Tomás Mámani, un electricista empírico, poeta, soñador y un descendente de los antiguos emperadores incas; la radio posee un transmisor de 50 wats. Hoy a través de su frecuencia se puede escuchar la primera radionovela en aymara (dialecto local) y español creada por las personas que trabajan en la radio para tratar de los problemas de su comunidad, con humor, música y sensibilidad.

---

[103] CIDH, Informe Anual, año 2004, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. Pg 56.

3.8.2. Colombia

Nunes (1995) nos informa que en Colombia, las radios comunitarias fueron legalizadas a través del Decreto 1.695, firmado por el presidente César Gaviria Trujillo, el 03 de agosto de 1994. La nueva ley dispone, entre otras cosas, que el servicio comunitario de radiodifusión sonora es un servicio público sin fines lucrativos, de ámbito local y a cargo del Estado. Éste suministrará licencia a las comunidades organizadas del país, que podrán utilizar las frecuencias en AM y FM.

Entre los objetivos de las radios comunitarias colombianas, según la nueva ley, está la difusión de programas de interés social para diferentes sectores de la comunidad, estimulando su desarrollo socio-económico y cultural dentro de un ámbito de integración y solidaridad entre los ciudadanos.

Es prohibido el uso de la radio para el proselitismo (divulgación de religión) y propagandas políticas, permitiéndose 15 minutos por hora de anuncios publicitarios. En AM, las radios comunitarias pueden establecerse entre las bandas de frecuencia de 1260 kHz y 1705 kHz, y en FM, del 88 MHz al 108 MHz, con potencia máxima de transmisión, para los dos casos, de 500 Watts.

La programación debe estar orientada básicamente para la difusión y el estímulo de la cultura. Será fiscalizada por un Comité Consultivo, formado por tres representantes de la comunidad, no afiliados a la organización administrativa de la radio, escogidos a través de sorteo en una lista de diez personas que se hayan destacado por sus servicios en la comunidad.

En la actualidad varias experiencias han servido de inspiración a los investigadores latinoamericanos. Alma Montoya (Azevedo, 2002: 35) destaca algunas, entre muchas, que evidencian ejemplos impactantes de la actuación de la comunidad en la búsqueda de resolución de sus problemas. Las radios que están en Putumayo (provincia al sur de Colombia en el límite con Ecuador y con la región Amazónica) pueden figurar entre aquellas que poseen una

dinámica social intensa. La radio ha abierto espacio importante en su programación, contando con la participación de niños y de negros, grupo étnico importante en la región. Hay en Putumayo la red de “reporteritos por la paz”; son diez emisoras que tienen niños siendo portavoces de la paz. En sus escuelas son responsables de programas que comunican lo que ha acontecido en aquella escuela, sus ganancias, sus dificultades y desafíos. Esos niños y niñas “reporteritos de la paz”, son huérfanos, pues perdieron sus padres en la guerrilla, en combate, y a través de campañas sociales ellos han recobrado y mejorado su espacio social y psicológico y han contribuído con la comunidad. Para Montoya, a través de estos programas de radio, los niños y niñas vuelven a soñar nuevamente. Hay también en el trabajo de ese grupo de jóvenes la producción de programas de radio objetivando la relación e interrelación entre una emisora y otra. De esta forma, ellos no ven la emisora de la población vecina como enemiga, pero en Colombia, no es eso lo que ha hecho la guerra: la guerra ha convertido personas, hasta de la misma familia, en enemigas. Así, para evitar la animosidad, los jóvenes de la provincia de Putumayo, producen y cambian sus programas entre las emisoras; de esta forma, Montoya cree que ellos están construyendo la paz. Esos jóvenes, a través de sus ejercicios, demuestran que es posible la relación entre los pueblos y que juntos pueden trabajar en propuestas y políticas de paz.

Nos cuenta Azevedo (2002: 37) que en Uraba, una zona productora de plátano, en los límites entre Panamá y Colombia,

> “las comunidades, con muchas dificultades, se han capacitado y poseen su radio. La radio, en el pasado, acompañó la comunidad, que fue expulsada de sus tierras a causa de la violencia de la guerrilla y se alojaron en un estadio donde se estuvieron 3.000 personas, dentro y fuera del lugar. Allí en aquel estadio, un grupo de jóvenes montó con cajas de cartón y madera una pequeña cabina y ésa era la emisora. Era ella que despertaba la población, organizaba las personas, pues esta aglomeración traía problemas graves como falta de agua, servicios sanitarios, niños perdidos, entonces, desde la radio se empezó a organizar una serie de actividades dentro del mismo estadio desde comisiones de trabajo: comisión de limpieza, comisión de comercialización, comisión de educación, de recreación, para allí poder vivir, con mucho sacrificio, durante un tiempo de aproximadamente dos años y medio”.

Durante ese tiempo, el grupo de jóvenes que instalaron la emisora en el estadio, divulgaron sus mensajes por medio de altavoces diseminados dentro y fuera del estadio. “Ellos hicieron, en ese tiempo, su capacitación y recibieron ayuda de agencias de cooperación internacional y de la iglesia alemana que ayudaron no apenas en la capacitación, sino también en la compra de nuevos equipos de transmisión. Después de dos años y medio la comunidad empezó a regresar para aquellas tierras de las cuales habían sido expulsados” (Azevedo, 2002: 37). Aquella emisora, con un pequeño transmisor y una antena, acompañó la salida de la comunidad de Turbo (Ciudad de la zona occidental donde estaba el estadio) y luego montaron los equipos en una canoa para navegar por el río. Atravesaron el Golgo de Urabano mar Caribe Colombiano y acompañaron las otras embarcaciones hasta sus tierras. Durante la jornada los ancianos contaban cómo poblaron aquellas tierras en el pasado, cómo era linda la región y cómo salieron de forma amarga, siendo expulsados de sus tierras por las fuerzas armadas del estado y por los paramilitares envueltos con los guerrilleros. Entonces, en aquel momento de fiesta, de retorno a las tierras, quien sabía cantar cantaba, quien tenía una fábula o trova la decía por la radio y ésta fue la gran compañera del regreso de aquellas personas a sus tierras. En la actualidad, “la emisora está instalada en uno de los pueblos y están luchando para conseguir equipos para montar emisoras en otros pueblos porque están reunidos en zonas muy distantes, donde la única forma de comunicación son los ríos. A cada ocho días, las comunidades están reuniéndose y la radio hace la transmisión de las partidas de fútbol y cuentan lo que pasa en las diferentes y respectivas comunidades” (Azevedo, 2002: 38). En septiembre de 2001, la comunidad que comandaba la radio pidió a Alma Montoya que les enviase programas de alfabetización por radio y ahora están implantando la educación formal por radio. Ésas son comunidades muy distantes y que, conforme Montoya, enfrentan muchas dificultades y viven en la propia carne la violencia en Colombia.

También en Colombia, nos cuenta Azevedo, otra experiencia interesante es la de la Radio Andaquí; esa emisora tiene muy claro su proyecto comunitario; es un trabajo de diez años conducido por la iglesia, a través de la diócesis de Florencia en la provincia de Caquetá al oriente del país. A través

del trabajo de esa emisora se tuvo la capacitación de los jóvenes en teatro, fantoches, producción de programas de radio, etc. Algunas Organizaciones No Gubernamentales colombianas apoyaron el proyecto y aceptaron el llamado de la comunidad para el trabajo en sus poblados. La comunidad tiene claro que debe aportar para mantener la emisora; no hay anotaciones fijas, pero todos colaboran. El trabajo de la Radio Andaqui es muy comprometido con la comunidad. En los momentos de conflicto la estación de la Radio Andaqui sirve como punto de encuentro para todas las voces involucradas en el conflicto. Ese trabajo es tomado como ejemplo por las demás emisoras realizando el mismo debate en las demás comunidades a través de las emisoras de radio.

En Cartagena Del Chairá, una emisora conocida por "Chairá Cheverísimo" es comandada por un grupo de jóvenes de la iglesia. Esos jóvenes hacen radio con los compañeros de la escuela, con las personas de la comunidad y con otros estudiantes. Los jóvenes son importantes para la emisora, pues en muchas ocasiones los jóvenes de la región son raptados por los grupos en conflicto y obligados a combatir. Así, a través del trabajo de la radio, los jóvenes son concientizados y encuentran en la radio una manera de expresar sus ideas. Así será más difícil convencerlos a ir a combatir en la guerrilla. Por tener un carácter joven, la emisora es muy alegre y atrae muchos otros jóvenes, según afirma Montoya.

3.8.3. Ecuador

El 18 de septiembre de 2002, el Congreso de Ecuador aprobó una serie de reformas a la Ley de Radio y Televisión. En esas reformas se reconoce el derecho de las radiodifusoras comunitarias a operar en las mismas condiciones que las radiodifusoras comerciales[104]. Esta ley fue promulgada el 7 de noviembre de 2002.

[104] CORAPE (Coordinadora de Radios Populares de Ecuador) y Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC, 4 de octubre de 2002. In: CIDH, Informe Anual, año 2002, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión.

3.8.4. Guatemala

En febrero de 2002 un proyecto de Ley de Radiodifusión Comunitaria fue presentado al Congreso.[105] Este proyecto reconoce la importancia de las radios comunitarias para la promoción de la cultura nacional, el desarrollo, y la educación a miles de comunidades del país. Dado el papel fundamental de las radios comunitarias en informar a la sociedad, el proyecto de ley tiene el objetivo de garantizarles que ejerzan en condiciones de igualdad el derecho a la libre emisión del pensamiento mediante la utilización de frecuencias radioeléctricas para radiodifusión. Este proyecto sigue bajo la consideración del Congreso.

En septiembre de 2002, el Acuerdo gubernativo 316-2002 fue emitido. Con ese acuerdo el gobierno anunció que concederá de manera gratuita 9 frecuencias de radio de alcance nacional y regional instituciones y asociaciones de la sociedad civil. El Consejo Guatemalteco de Comunicación Comunitaria rechazó este acuerdo por considerar que este obstaculiza el acceso de los pueblos indígenas a las frecuencias radioeléctricas disponibles, contraviniendo el espíritu democrático que debiera regir en la adjudicación de frecuencias radiales.[106]

---

105 Consejo Guatemalteco de Comunicación Comunitaria (CGCC) y Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), 4 de febrero de 2002. En: CIDH, Informe Anual, año 2002, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión.

106 En: CIDH, Informe Anual, año 2002, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión

3.8.5. México

En México uno de los temas de mayor debate en materia de legislación vinculada con los medios electrónicos, se relaciona con la necesidad de acotar la discrecionalidad en el otorgamiento de concesiones y permisos en materia de radio y televisión tomando en cuenta la diversidad cultural dentro del territorio nacional mexicano. La Relatoría para la libertad de expresión 2003[107] escuchó amplios reclamos relacionados con la asignación de frecuencias y permisos para que operen legalmente radios comunitarias e indígenas.

> "De acuerdo con la información recibida, de cien proyectos de radios comunitarias existentes en México, el Estado sólo ha otorgado seis permisos a asociaciones civiles y organizaciones sociales, de los cuales cuatro pertenecen a emisoras de baja potencia que operan en albergues para niños indígenas en Yucatán, y que son proyectos tutelados por el Instituto Nacional Indigenista. La Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, cuenta con una red de veintiuna emisoras indigenistas en el país, que han venido tramitando sus permisos. Sin embargo, a la mayoría de éstas se le ha negado la posibilidad de obtener algún tipo de permiso, ya sea por omisión, porque las autoridades no responden a las peticiones o bien por establecer requisitos que en la práctica algunas radios han identificado como inalcanzables para la mayor parte de estas emisoras".

El marco normativo actual deja a discreción de las autoridades dependientes del Ejecutivo determinar los requisitos para obtener un permiso, para lo cual la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), ha establecido requisitos muy por encima de las posibilidades de algunos grupos sociales. La Relatoría tuvo conocimiento de que, ante la solicitud de permisos y licencias, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) ha decidido postergar, mediante una carta modelo, el dar permisos mientras no se tengan resultados de la Mesa de Diálogo para la Revisión Integral de la Legislación de Medios Electrónicos, lo que ha llevado a que, debido a la imposibilidad de obtener los permisos, muchas organizaciones y colectivos han decidido transmitir sin ellos. En el año 2003 algunas de las agrupaciones de la sociedad

---

[107] CIDH, Informe Anual, año 2003, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. Pg 77

civil que integran la mesa de diálogo, entregaron a la Dirección de RCT, a la Subsecretaria de Comunicación y a la Unidad de los Derechos Humanos de la Secretaría de Gobernación información sobre veinte emisoras comunitarias que se encuentran en proceso de revisión para el otorgamiento de permisos. Las agrupaciones indicaron que la mayoría de esas radios se encuentran en zonas indígenas y campesinas. Dieciocho de estas radios iniciaron su proceso de solicitud de permisos desde el año 2000. Más de la mitad de ellas recibieron respuestas negativas por parte de la SCT que adujo, mediante las mencionadas cartas modelo, que las determinaciones serían resueltas a través de las negociaciones llevadas a cabo por la Mesa de Diálogo. La Relatoría señala que, "dada la importancia que pueden tener estos canales comunitarios para el ejercicio de la libertad de expresión, resulta inadmisible el establecimiento de marcos legales discriminatorios o formas de dilación que obstaculicen la adjudicación de frecuencias a radios comunitarias. Igualmente preocupante resultan las prácticas que, aún en los casos de funcionamiento en el marco de la legalidad, importan amenazas de cierre injustificadas o la incautación arbitraria de equipos". (2003) El Gobierno informó sobre la existencia dentro del Legislativo de varias propuestas de reforma a la Ley de Radio y Televisión. Entre éstas se encuentra la Propuesta Ciudadana elaborada por distintas agrupaciones civiles y que tiene como uno de sus objetivos contemplar criterios democráticos y plurales en la distribución de permisos y frecuencias, y promover el derecho de réplica, entre otros aspectos.

En 2004, la Relatoría ha recibido información sobre avances en las negociaciones para que el Gobierno continúe con un proceso de adjudicación de frecuencias a radios comunitarias. En diciembre de 2004 el Gobierno mexicano entregó cinco permisos para radios comunitarias indígenas.

3.8.6. Argentina

En Argentina, las emisoras reciben la denominación de radios comunitarias y ocupan espacios para ejercer la libertad de expresión. El

movimiento tiene inicio en 1980, cuando la Radio Canal 19 - Modulación de Frecuencia Estereofónica inicia sus transmisiones en la ciudad de Rosario.

Desde la redemocratización del país, en 1983, las radios libres aprovechan un vacío en la legislación, que suspendió todas las concesiones hasta la formulación de una nueva ley que sustituyese la Ley 22.285. Esta, sancionada por el régimen militar, concentra la distribución de licencias de exploración de la radio y de la TV en el Comité Federal de Radiodifusión.

En ese mismo año, más de 1.500 radios libres, entre alternativas y comunitarias, predominantemente comerciales, se instalan en todo el territorio argentino y se rebelan contra el predominio cultural, industrial y económico de la capital, Buenos Aires, que se impone incluso en la radiodifusión. Para resolver la cuestión, el gobierno argentino sancionó un decreto y legalizó las emisoras de baja potencia, que hoy son radios locales privadas.

3.8.7. Nicaragua

El envolvimiento de toda la comunidad es vital y en ese sentido, los niños poseen un papel fundamental en el crecimiento y perpetuación de las radios; ejemplos en Nicaragua nos evidencian tal afirmación:

> "En Centroamérica, más concretamente en Estelí Nicaragua, existe una emisora infantil Radio Cumiches que, gracias a la comunidad, funciona en forma exclusiva para los niños. Allá la comunidad se dio cuenta que los niños necesitaban expresarse. Luego de mil aventuras y de recoger material de audio por más de un año, los mismos niños convencieron a la comunidad para conseguir los recursos, equipos y capacitar a niños productores con el centro de la Voz de Alemania y el de RN en Costa Rica. Hoy es la comunidad la que sostiene el trabajo de la emisora y los niños su programación" (Artículo y guión escrito para un programa de radio en la Universidad Nacional de Colombia – Alberto Sierra/RNTC. En: Azevedo, 2003: 40).

3.8.8. Paraguay

Según datos de la relatoría para la libertad de expresión 2001, En Paraguay existen más de 170 emisoras comunitarias que en los últimos años han estado tramitando su formalización. Dada la precariedad jurídica en la que funcionan estas radios, la Red de Radios Comunitarias de Paraguay presentó ante la Corte Suprema de Justicia un recurso de inconstitucionalidad contra el Reglamento para radios comunitarias y la licitación de frecuencias de dicho sector.

3.8.9. Brasil

En Brasil, como en el resto del mundo, el Estado reserva para sí el monopolio del sistema de radiodifusión sonora y de sonidos e imágenes, o sea, respectivamente, radio y televisión. La iniciativa privada recibe a través de concesión o permiso el derecho de explotar comercialmente esos servicios. En Brasil, las emisoras estatales reciben pocos incentivos y alcanzan índices de audiencia muy abajo de aquéllos logrados por las emisoras comerciales, lo que las torna casi inexpresivas ante el oligopolio de los grandes medios privados de comunicación.

Los medios de comunicación comunitarios, en Brasil y en América Latina, pasan a disputar la audiencia en los sistemas televisivos y de radios nacionales comerciales. Más allá de los canales comunitarios de acceso público en la cablevisión, Brasil está viviendo una experiencia de radio comunitaria, de baja potencia, nunca antes vivido en la historia del país y es sobre una de esas relevantes experiencias de la comunicación comunitaria que desarrollamos esta investigación de doctorado. Seguramente, el porvenir de la democracia dependerá de la posibilidad que tengan los ciudadanos de participar activamente y con conocimiento de los diversos procesos políticos, sociales y económicos y la radio, encuanto medio de difusión de esas

elocuciones en las comunidades, se vuelve un elemento fundamental convirtiéndose en instrumento dinámico y agente de la transformación social.

Para Nunes (1995: 56), la práctica de la radio libre, con el uso de un transmisor de radiodifusión, aparece en el caso brasileño con algunas particularidades. Supone la desobediencia civil y radicaliza la lucha por la democratización de la comunicación, escapando un poco a los modelos que se convenciona llamar de comunicación popular.

Los movimientos sociales todavía resisten a la práctica de la radiodifusión libre y lo que tenemos son apenas algunas experiencias en las que se practica la comunicación popular, a ejemplo de las radios *Paulicéia* y *Novos Rumos* que veremos en el próximo capítulo. Por eso no es posible afirmar que las radios libres producen solamente cultura popular en el sentido tradicional del término, por el simple hecho de ser operadas por la población. Por ellas pasan diversa culturas, incluso la de masa, ésta, quizá, hasta reinterpretada en las transmisiones consideradas reproductoras del discurso oficial, como las radios comerciales/musicales.

A diferencia de Brasil, algunas experiencias latinoamericanas apuntan para el uso de la radiodifusión libre dirigida a la práctica de la comunicación popular, como instrumento de organización social, educación y emancipación política. Se reúnen así dentro de un mismo fenómeno de comunicación, una serie de experiencias que traen desde contenidos con elementos alternativos y énfasis en la cultura urbana, hasta contenidos más populares, orientados a la acción política, destacando proyectos de resistencia a la dominación político-económica nacional y transnacional.

3.9. Conclusión

Los proyectos de radios alternativas descriptos aquí utilizan la radio comunitaria para integrarse a la comunicación democrática de tres maneras. Primero, la radio comunitaria permite que sus usuarios reinterpreten, reformulen y refuten los artefactos, mensajes e ideologías de la cultura comercial desde un foro destinado predominantemente a la comunicación política. Segundo, la radio comunitaria concede a los usuarios un espacio para que se representen a sí mismos y sus intereses delante de la comunidad mayor. Por fin, la radio comunitaria posibilita el ejercicio de las funciones democráticas de la expresión, en gran parte ausentes de los medios de comunicación comercial. El examen de cada uno de eses aspectos servirá para refinar aún más su contribución a los procesos democráticos.

La radio comunitaria suministra un foro de expresión relativamente libre de restricciones económicas y editoriales, que permite la reinterpretación y la refutación discursiva de las formas y símbolos de los medios de comunicación. Al desafiar el contenido de los medios de comunicación oficial e introducir perspectivas alternativas sobre la realidad social, la radio comunitaria/libre o participativa invita a los oyentes a reexaminar y quizá reformular sus actuales puntos de vista.

Al alentar a los trabajadores a describir lo que está en juego en los conflictos laborales o permitir que los activistas de la salud presenten planes alternativos para la reforma del sistema de salud, la radio comunitaria promueve un concepto más participativo de representación democrática. Barber (1984: 12) considera que ese proceso participativo es esencial a la formación de la legítima opinión pública, que depende de la educación cívica y de la interacción cívica para unir a los individuos en un propósito y en una acción comunes.

Finalmente, la radio comunitaria ofrece a los proyectos de medios de comunicación alternativos la oportunidad de usar el discurso para una gama de

propósitos democráticos más amplia que la permitida por los medios de comunicación oficial.

Como un foro más participativo, la radio comunitaria amplía las posibilidades para que la comunicación política incorpore las funciones del lenguaje que Barber considera más democráticas. Éstas incluyen la formulación de cuestiones y problemas; la exploración de la reciprocidad en pensamientos, sentimientos y experiencias; la afiliación y afición a través del desarrollo de sentimientos, intereses y empatía por los demás; el mantenimiento de la autonomía por el constante re-examen y reapropiación de las propias convicciones; la expresión de convicciones personales, bien como de discordancia, frustración y oposición; la remodelación de términos y valores políticos por la reformulación y reconceptuación, y la construcción de la comunidad por medio de la creación de ciudadanos capaces de formar juicios políticos informados. Los proyectos de medios de comunicación alternativos están visiblemente preocupados con muchas de esas funciones del lenguaje.

CAPÍTULO IV

Las radios comunitarias en Brasil

4.1. Introducción

La comunicación social en Brasil vive una situación peculiar en su historia: millares de emisoras no autorizadas están transmitiendo simultáneamente junto con las radios oficiales. Débilmente perseguidas por el aparato estatal, resisten y se multiplican por el país. Según Guattari (1999: 35) hubo un fenómeno denominado "bola de nieve": cuanto más se reprimían las radios libres, más ellas se desarrollaban.

Existen radios no oficiales activas en todos los Estados[108] brasileños, con los más diferentes objetivos y proyectos de comunicación. Según Nunes[109] (1995: 33), la gran mayoría utiliza transmisores y antenas de fácil dominio técnico, bajo costo y alcance local, y ocupa espacios huecos de las bandas FM - Frecuencia Modulada o, lo que es un poco raro, de AM - Amplitud Modulada de la radio. Sus operadores son representantes de grupos movidos por objetivos que van desde la práctica de la desobediencia civil, la divulgación de la cultura local o de religiones, el deseo de realizar sueños de consumo y ascensión social hasta el simple placer de expresarse por una tecnología que lleva la voz allende su propio alcance. Las radios no autorizadas existen hace mucho tiempo y caminan paralelas a la historia de la radiodifusión brasileña y son, en la realidad, la expresión de un determinado momento y circunstancia

[108] Brasil consta de 26 Estados y 1 distrito federal.

[109] Marisa Meliani Nunes ha escrito su disertación de *maestría* en 1995, antes de la actual ley de las radios comunitarias, que es de febrero de 1998. Como muchos otros autores que escribieron sobre el tema de las radios ilegales antes de la ley, en su disertación, Nunes apunta las dudas a respecto de una posible regularización de las radios ilegales de la época (consideradas diversas veces como libres por ella) intentando hacer un análisis y reflexión sobre hasta qué punto sería buena para estas emisoras la reglamentación. Para eso la autora ha cogido algunas declaraciones de diversas personas involucradas en este medio. Como era de esperar, las declaraciones son diversas: había gente en contra y a favor de una ley que reglamentara las radios ilegales. El mayor miedo de las personas contra la reglamentación era que la ley de las comunitarias pudiera descaracterizar el movimiento, como ha pasado en Italia y Francia, explica Nunes.

de una sociedad, asumiendo características de los grupos que las organizan y del ambiente en el que se instalan. Diferentes en objetivos o formas de organización, todas ellas traen el trazo común de poner en práctica las libertades de expresión y de opinión y de ejercer los derechos a la información y a la comunicación. Para algunos autores, más que simple desobediencia civil, la radio libre o ilegal es la expresión más visible de un movimiento por la libertad de expresión y por más democracia en la comunicación. En Brasil el proceso de historia de las radios libres (así eran llamadas cuando comenzó el movimiento) tuvo un rumbo un poco diferente si comparado con el movimiento de las radios libres ocasionado en América Latina y Europa. En Brasil no era el Estado quien mantenía el monopolio de los canales de radio y televisión como en algunos países europeos, pero la comunicación estaba monopolizada por personas y grupos privilegiados por el poder federal.

Para Masagão et al. "las primeras radios libres en Brasil fueron acogidas con una cierta reserva. Algunos temieron que su aparecimiento pudiese servir de pretexto para una represión violenta; otros sólo consiguieron ver en ellas un "replay" de los movimientos de los años 60. Es bueno que esté claro, en primer lugar, que el movimiento de las radios libres pertenece justamente a aquellos que lo promueven, esto es, potencialmente, a todos aquellos – y ellos son una legión – que saben que no podrán jamás expresarse de manera convincente en los medios oficiales" (1987, 11).

Actualmente existe un gran número de emisoras ilegales en Brasil. Los números son conflictantes: para unos son 10.000; para otros, 20.000, pero existen estimativas que hablan de la existencia de 40.000 emisoras en el país[110]. Ellas, según algunos autores, osaron iniciar la "reforma agraria en el aire", mientras en el Parlamento se discutían propuestas de leyes para la radiodifusión de baja potencia. Peruzzo (1998: 252) nos dice que se trata de algo inédito en la historia del país, no como experiencia de radio libre, cuyo pionerismo remonta al inicio de la década de setenta, sino por el elevado número de emisoras demostrando una disposición de ocupar las ondas, en una abierta negación al control de medios de comunicación de masa.

[110] Según me ha dicho los miembros de la ABRAÇO en una entrevista realizada en noviembre de 2004. (Associação brasileira de rádios comunitárias).

En opinión de Nunes (2003: 145) el movimiento brasileño, que tenía características heredadas de las iniciativas europeas de intervención política, atropello de las ondas sonoras y transversalización de los discursos oficiales, comenzó a encontrarse con otros movimientos que acontecían paralelamente a la historia de la radiodifusión. Entre ellos las radios populares, radios cornetas o el sistema de altavoces, bastante utilizadas en comunidades controladas por la Iglesia Católica, con objetivos dirigidos a la organización social. Otro gran movimiento nació desde la reproducción de lo que ya acontecía en el ambiente nacional, en los grandes medios, con la toma de los pequeños vehículos por grupos religiosos, comerciantes y políticos en época de elección. Ese encuentro trajo para la historia del movimiento de radios libres uno de sus primeros resultados cuantitativos: la proliferación de las radios comunitarias, que surgieron con esa denominación en busca del proceso de legalización, que tuvo inicio en 1998. "De un lado, surgieron algunas pocas emisoras democráticas, de hecho comunitarias. De otro, y en la gran mayoría, proliferaron las radios controladas por grupos o personas con intereses y objetivos bien menos comunitarios y mucho más comerciales" (Nunes, 2003: 145).

Simultáneamente a esa proliferación de emisoras, fueron creadas asociaciones, foros y otros sistemas de organización colectiva, que tomaron para sí la tarea de dirigir la transmisión no autorizada – un fenómeno de comunicación que acompaña la historia de la radiodifusión en Brasil y en el mundo – principalmente para objetivos partidarios, religiosos o comerciales.

Cicília Peruzzo (1998: 125), al tratar la comunicación popular, afirma que ella "se presenta como forma de corresponder a las necesidades de expresión y organización de ese movimiento de negación, y al mismo tiempo, de construcción de una sociedad nueva". La comunicación, en ese contexto, no adiestra, no transmite apenas, pero se presenta como una alternativa pedagógica y libertadora y que comprende las experiencias cotidianas. Entonces, si la comunicación popular es aquélla que se presenta como venida de la expresión de ese movimiento de negación presentándose como una alternativa pedagógica y libertadora, se puede conceptuar esa comunicación

como “popular-alternativa”, concepto este de Peruzzo (1998: 119) que afirma: “la (...) comunicación popular-alternativa se sitúa en el universo de los movimientos sociales”. Es importante destacar, desde Peruzzo, que el movimiento de negación, agente de la comunicación popular-alternativa, es el movimiento organizado, o sea, los movimientos sociales.

Hoy, nos cuenta Nunes, tenemos millares de emisoras no autorizadas, entre libres, piratas (con fines lucrativos) y comunitarias, transmitiendo en todo el país. “Y por más que tengamos críticas a los contenidos que circulan – en la mayor parte una mera reproducción de la industria cultural -, tenemos que considerar que esas radios son la expresión concreta de las carencias de nuestra población y del modelo de comunicación oficial que impera en esa sociedad” (2003: 142).

4.2. Las Radios Libres

Radios libres en la concepción de Guattari (Moura, 2003: 32) son todas los radios que se contraponen al monopolio de la comunicación. Se caracterizan por ser pensadas y organizadas por personas comunes con los más diversos motivos, que van desde la politización a la pasión por el “hacer radio”. El inicio de su historia fue, como vimos en el capítulo anterior, en Europa, en países como Inglaterra, Francia y Italia, que mantenían un sistema de estatización de medios de comunicación, entre ellos el de radiodifusión. En ese contexto surgen grupos de personas y organizaciones que, por la voluntad de “democratizar la comunicación”, en sus más diversos motivos, organizan sistemas de radios no legalizadas y no reconocidas por el Estado. Es el surgimiento de las radios libres.

Sobre el asunto, Guattari[111] nos dice que:

> "La radio libre es una utilización completamente distinta del medio radio. No se trata de hacer como la radio dominante - ni mejor, ni en la misma dirección, que la radio dominante. Se trata de encontrar otro uso, otra relación de escucha, una forma de "feedback" y de hacer hablar lenguas menores. Se trata aun de promover un cierto tipo de creación que no podría acontecer en ningún otro lugar. Por ejemplo, en la radio en la que yo trabajé (Radio Tomate), uno traía un grupo de teatro para conversar con nosotros, sólo que uno traía el grupo entero y no apenas el líder. Y si nos interesase, uno podría hablar durante dos horas o más con ellos. No se puede imaginar una radio comercial que soporte eso (una entrevista de dos horas), porque ella depende de un índice de audiencia, de una cierta suposición de cómo los oyentes van a recibir el mensaje. En las radios oficiales, las personas hablan como creen que deben hablar para ser oídas. Eso no pasa en las radios libres. No es raro, además, oír algunos locutores estatales comentar espantados: "pero yo hablé de una manera en la Radio Tomate en que yo nunca había hablado antes!"" (1999 : 67).

Para Peruzzo (1998: 129) radios libres "son emisoras que entran en el aire, ocupan un espacio del dial, sin concesión, permiso o autorización[112] de canal por parte del Gobierno, siendo, por lo tanto caracterizadas como ilegales. Suelen ser llamadas también de clandestinas o piratas. Son consideradas ilegales con base en la Ley 4.117, de 27 de agosto de 1962, y en el Decreto-ley 236 de 1967, los cuales prohíben la instalación o utilización de telecomunicaciones sin autorización del Gobierno".

---

[111] Según Lobo (2002) las discusiones sobre las llamadas a Radios Libres ya venían ganando cuerpo en el medio estudiantil desde 85, cuando el filósofo francés Felix Guattari fue recibido en Brasil por los estudiantes de Ciencias Sociales de la PUC-SP. En su tesis "Revolución Molecular" Guattari habla de la organización social a través de pequeños grupos y cuya herramienta básica de comunicación son pequeñas emisoras de FM, con alcance restricto, cuya finalidad básica es posibilitar la horizontalización de la comunicación social para mejor organizar la sociedad en busca de las mejorías de todos los aspectos humanos, sociales, culturales, económicos, etc.

[112]Decreto nº 52.795/63, de 31 de octubre de 1963 Art. 5º - Para los efectos de este Reglamento, los términos que figuran a continuación tienen los significados así definidos:
01) **Autorización** - Es el acto por el cual el Poder Público competente concede o permite a personas físicas o jurídicas, de derecho público o privado, la facultad de ejecutar y explorar, en su nombre o por cuenta propia, servicios de telecomunicaciones, durante un determinado plazo.
(...)
03) **Concesión** - Es la autorización otorgada por el poder competente a entidades ejecutoras de servicios de radiodifusión sonora de carácter nacional o regional y de televisión.
(...)
21) **Permiso** - Es la autorización otorgada por el poder competente a entidades para la ejecución de servicio de radiodifusión de carácter local.

> "Fue en noviembre de 1995 que se institucionalizó el término "radio comunitaria", en el I Encuentro Nacional de Radios Libres Comunitarias, definidas como aquellas que tienen gestión pública, operan sin fines lucrativos y tienen programación plural. Se encajan en el perfil de las llamadas radios de baja potencia. Pero ni todas las radios de baja potencia son vistas como "comunitarias[113]". Un gran debate viene siendo trabado alrededor del asunto, habiendo una inclinación de distinguirse entre aquellas emisoras que son realmente "comunitarias" y las que no lo son. Comunitarias serían aquéllas que, teniendo como finalidad primordial servir a la comunidad, pueden aportar efectivamente para el desarrollo social y la construcción de la ciudadanía. Éste no es el caso, por ejemplo, de las radios que sólo tienen carácter comercial" (1998: 252-253).

Puede entenderse que el surgimiento y la proliferación de las radios piratas en la década de 80 hace comprender el compromiso de hombres y mujeres en la lucha por la libertad de expresión, una lucha que, se puede percibir, se extiende desde que la sociedad empezó a organizarse. Se trata, pues, de un derecho, de una condición humana. Guattari, al referirse a las radios libres en Francia, dijo:

> "Al inicio era apenas una minoría: el personal de las radios libres era un bando de locos, un poco como Don Quijote atacando el gran monopolio. Era sorprendente. Es como si las personas aquí resolviesen ahora ir a atacar un cuartel. Rápidamente, el fenómeno ganó una fuerza increíble, produciendo un impacto sobre los grandes medios de comunicación, como si ese acto de ilegalidad hubiese creado una grieta en el edificio del monopolio. Parece que, de repente, se implantó una duda sobre la legitimidad de ese monopolio. Es como si una vidriera, ya trincada, se partiese totalmente bajo el impacto de una simple piedra" (1999: 105).

El análisis del autor incide sobre el contexto de las radios libres en Francia (1977), pero se puede contextualizar la historia de las radios libres que se extiende por el mundo hace aproximadamente ocho décadas, con inicio en Austria en el año de 1925 (radio sindical). Se percibe que vienen desde

[113] En una nota en su libro, Peruzzo nos informa que el problema está en que hoy todas las radios libres pretenden ser vista como comunitarias, aun cuando no tengan envolvimiento de la comunidad y su mayor preocupación sea comercialización de anuncios. En cuanto a ese aspecto, nos dice la autora, no se puede negar que hay una diferencia entre aquellas emisoras que visan efectivamente la prestación de servicios a los moradores y las que "sólo corren atrás del oro", objetivando tan sólo el lucro, llamadas de "piratas".

entonces, configurándose una nueva “manera” de hacer comunicación y esa nueva “manera” se presenta de forma que causa rupturas en la comunicación producida en medios de comunicación de masa. Como efecto de descontento, hombres y mujeres encuentran en las radios libres otra relación de poder, pues la comunicación pasa a ser producida en una perspectiva descentralizadora del poder, o sea, empieza a ser horizontalizada, y ya no verticalizada.

Según Masagão et al. (1987: 12) eso quiere decir que las radios libres no son nada en sí mismas. Ellas sólo toman su sentido como componentes de agenciamento colectivos de expresión de amplitud más o menos grande.

4.2.1. Orígenes de la Radio Libre en Brasil

Habiendo aparecido en Brasil en 1970, inicialmente como una forma de externar el “placer por el dominio de la técnica”, la radio libre se desarrolló, a lo largo de los años ochenta, como “expresión de grupos descontentos con el sistema de comunicación social y su concentrada distribución de canales” y, al inicio de los años noventa, “cayó en el gusto popular y pasó a formar parte de proyectos tan variados como los deseos de la población” (Peruzzo, 1998: 201).

Para Peruzzo, la implantación de las radios populares estuvo prendida a una realidad de carencia generalizada de bienes necesarios a la vida, situación que aportó para el florecer de diversos movimientos. “El pionerismo cupo a la Radio del Pueblo de Villa Nuestra Señora Aparecida[114] (Radio do Povo de Vila Nossa Senhora Aparecida), en aquel barrio, que fue al aire el 26 de abril de 1984. Desde entonces iba a desencadenarse allí todo un proceso, que llevaría al número de cuarenta y dos unidades ya en 1988”.

[114] Favela con 13 mil habitantes, hace parte de la zona este de São Paulo, donde viven cerca de tres millones de personas. Villegas Uribe, 1988: 10.

Esta radio, nos cuenta Peruzzo (1998: 165), surgió de la necesidad de utilizar medios más eficientes de movilización popular, pues los panfletos y otros materiales escritos eran muy limitados. “Así, la radio fue resultado de una metamorfosis en el proceso comunicativo en el ámbito de la educación popular en la región, que pasó, sucesivamente, de los vehículos impresos a los altavoces a las radios del pueblo, dentro de un proceso de ampliación y de mayor sistematización de las acciones comunicativas” (Peruzzo, 1998: 161).

Como acontece en la gran mayoría de las radios de este tipo, el equipo que trabajaba en la radio fue creciendo, conquistando capacidad, autonomía y reconocimiento del público local. Pero, de repente, nos cuenta Peruzzo, “en diciembre de 1988, ella se vaciaría, en razón de conflictos entre dos integrantes. Las divergencias fueron explicadas como siendo de orden personal, pero, en verdad, tenían cuño político. La mayoría de los fundadores de la radio se alejó. Pero, aun empobrecida, continuó en el aire. Con ese suceso, se cierra la primera fase de su historia” (1988: 175).

Nos cuenta Peruzzo (1998: 177) que en Brasil las radios libres empezaron a aparecer en los años setenta, en una época en la que el régimen militar estaba en vigor y los medios de comunicación de masa estaban, de forma predominante, en las manos de personas o grupos privilegiados con la concesión de canales, por decisión unilateral del Poder Ejecutivo Federal. En un primer momento, las radios libres eran constituidas por jóvenes interesados, antes de todo, en practicar el arte de la radiofonía, poco o nada involucrados con “grandes causas” sociales o políticas. En muchos casos, se trataba de “una broma de roqueros, como aconteció en 1983, cuando la ciudad de Sorocaba fue escena de una simpática eclosión de radios ilegales, realizada por chavales cansados de lo mismo, de las frecuencias moduladas oficiales. (...) Ellos se decían apolíticos” (Masagão, 1987: 17-38).

Después, también se instalarían emisoras más sensibles a la cuestión de la centralización de los medios de comunicación, bien como a la problemática socio-económica y política del País, aunque continuasen predominando el sentido de ironía y la preocupación en osar. Decía un pequeño manifiesto de la Cooperativa de los Radio-Amantes: “Iniciamos un

movimiento de reforma agraria en el aire. La radio es una conquista técnica de la humanidad y no puede quedar en las manos (...) de propietarios-concesionarios". O una locución de la Radio Xilik, el 20.07.1985: "Tienen miedo de los viejos por sus memorias. Tienen miedo de los jóvenes por su inocencia. Tienen miedo de los trabajadores, (...) de la ciencia, de los músicos, (...) de los filósofos, (...) de la democracia". O, aun, una declaración de la Radio Ítaca: "Lo cotidiano - y no el Estado – es el local escogido para nuestro delirios/deseos. (...) No tenemos compromisos de género global. (...) Nada de relaciones viciadas. Queremos comunicar" (Masagão, 1987: 22-23).

Los actuales idealizadores de estas emisoras colocan sus radios en el aire basados en la Constitución Brasileña de 1988, Art. 220, que garantiza "la manifestación del pensamiento, la creación, la expresión y la información, bajo cualquier forma, proceso o vehículo no sufrirán cualquier restricción", y en el Art. 5 que asegura: "es libre la expresión de la actividad intelectual, artística, científica y de comunicación, independiente de censura o licencia".

4.2.2. La consolidación de las radios libres

Según Nunes (1995: 100), el movimiento de radios libres puede ser dividido en tres momentos distintos. El Verano de 82, en Sorocaba, donde el hacer radio se tornó fiebre local; el "boom" de 1985, detonado por la Radio Xilik, de la PUC-SP, cuando el ideario europeo invade la prensa escrita; y el tercero y actual momento, estimulado por las luchas por la democratización de la comunicación y por la aprehensión en 1991 de la Radio Reversión, una de las primeras radios libres regulares en Brasil.

La historia de la radio libre en Brasil tiene como marco inicial la Radio Paranoica, de Vitória, del estado de Espírito Santo en el Sudeste de Brasil. La emisora, según Peruzzo (1998: 124), fue al aire por primera vez en octubre de 1970 (en pleno gobierno militar de Emílio Garrastazu Médice). Sus

idealizadores, nos cuenta Santiago (2002: 45), fueron Eduardo Luiz Ferreira Da Silva, un joven, apasionado por electrónica, de dieciséis años, con ayuda del hermano, Joaquim Ferreira Da Silva. Utilizando un transmisor de frecuencia modulada con 15 watts de potencia, la Paranoica transmitía en media una hora y media por día, generalmente por la noche[115]. Denunciados, Eduardo y su padre fueron presos, la emisora desactivada y los equipos confiscados por la Policía Federal[116].

En un pronunciamiento a Nunes (1995: 100) Eduardo nos cuenta que

> "Primero conseguimos alcanzar las calles y las manzanas, pero como yo era muy precoz, hice otro proyecto de 300 Watts. Ahí, alcanzamos Vitória entera. Empezamos a competir con las emisoras oficiales y la Paranoica se puso famosa. Uno tocaba música, metía el palo en los comerciantes que robaban en el peso, exigía del ayuntamiento. (…) Nosotros éramos tan tontos, tan inocentes con lo que hacíamos, que hasta dábamos el teléfono de nuestro bar. Yo no sabía que era prohibido, sabía que yo estorbaba a las otras radios, pero no imaginaba que la cosa era tan seria. Abría los periódicos y era todo bonito, no acontecía nada".

Para compensar la violencia que sufrió, Eduardo estudió bastante. Hoy, a los 40 años, es ingeniero y profesor de la Escuela Técnica del Senai, en Vitória. "Me desperté. Ahora yo sé que la comunicación necesita ser democratizada y trabajo por eso. Enseño a hacer transmisores, monto radios en el interior, en ondas cortas, porque es el formato ideal para objetivos de comunicación popular. Ya ayudé a montar más de 80 emisoras en todo el País, todo en el interior. Nuestro ideal de radio libre es vuelto para la comunidad y sin fines lucrativos" (Nunes, 1995: 102).

---

[115] El periódico *A Gazeta*, de Vitória (ES), notició el cierre de la radio en su edición del día 21.02.71. En. Peruzzo (1998: 134).

[116] Inserida en el Ministerio de la Justicia, la competencia de la Policía Federal viene prescripta en la Constitución Federal de 5 de octubre de 1988, art. 144, parágrafo1o:
I – apurar infracciones penales contra el orden político y social o en detrimento de bienes, servicios e intereses de la Unión o de sus entidades autárquicas y empresas públicas, así como otras infracciones cuya práctica tenga repercusión interestatal o internacional y exija represión uniforme, según se disponga en ley;
II – prevenir o reprimir el tráfico ilícito de estupefacientes y drogas afines, el contrabando y el descamino, sin perjuicio de la acción hacendaria y de otros órganos públicos en las respectivas áreas de competencia;
III – ejercer las funciones de policía marítima, aeroportuaria y de fronteras;
IV – ejercer, con exclusividad, las funciones de policía judiciaria de la Unión.

Cinco años más tarde, en 1976, en la ciudad de Sorocaba[117], fue al aire la Radio Spectro. El responsable por la transmisión, también fue un chico de catorce años de edad, que montó la emisora desde instrucciones de unas revistas italianas. La Spectro fue la primera de las cuarenta dos radios libres registradas en Sorocaba en enero de 1983, desafiando el gobierno militar del General João Batista Figueiredo. Fue cuando el Dentel[118], Departamento Nacional de Telecomunicaciones, entró en acción, cerrando todas las emisoras ilegales. Así mismo, al final de 1983, quince radios libres continuaron operando en Sorocaba. Estaba naciendo el movimiento de radios libres de Sorocaba, que contó con más de 100 emisoras en el aire, con 43 comprobadas, formando el llamado Verano de 82 (Verão de 82) de la radiodifusión libre en Brasil.

Fue en esa época que surgió la primera organización de radios libres, el Consejo de las Radios Clandestinas de Sorocaba (CRCS), que intentó – en vano – organizar las emisoras para que no transmitiesen unas sobre las otras o interfiriesen en las FMs comerciales (...) El cierre de algunas emisoras y la amenaza de cierre de todas fue suficiente para callar las voces libres de Sorocaba y amedrentar muchas emisoras que funcionaban en la capital. En casi todo el país existían emisoras “libres”, pero la gran concentración de ellas estaba, sin duda, en São Paulo, hasta por cuenta de la famosa patrona de las radios libres, Santa Efigênia[119]. La primera tentativa de juntar emisoras de varios estados fue en 1986, en Río de Janeiro, en un evento festivo realizado en el Circo Volador (Circo Voador). Se formaron dos entidades: a ABALO, Asociación Brasileña de las Ondas Libres del Aire y la CORA-LIBRA, Cooperativa de Radios Libres de Brasil (Rego, 2002: 8).

Las radios libres se transformaron, en poco tiempo, en el principal *hobby* de los moradores de Sorocaba, ciudad que reúne un gran parque industrial,

---

[117] Ciudad del Interior del Estado de São Paulo localizada a 100 Km de São Paulo e com cerca de 300 mil habitantes, concentra todas as condições para abrigar o primeiro grande movimento de rádios no Brasil. Conhecida como a "Manchester Paulista", pelo alto nível de industrialização, a cidade é repleta de técnicos em eletrônica. Contribuem, para isso, os esquemas para montagem do transmissor, com peças que podem ser compradas a custo baixo em qualquer loja especializada, que são distribuídos de mão em mão.

[118] Órgano del gobierno responsable por la radiodifusión en la época.

[119] Nombre de una Calle de la ciudad de São Paulo donde se encuentran todas las piezas necesarias para el montaje de un transmisor, más baratas que en otros estados.

decenas de técnicos en electrónica y una población joven, sin muchas opciones para entretenimiento y ocio. Según Peruzzo (1998: 143):

> "Históricamente las radios libres son activadas por amantes de la radio que, a pesar de que no tienen autorización para funcionar, entran en el aire corriendo los riesgos de ser sometidos a los rigores de la ley de las telecomunicaciones que viene siendo aplicada, que prevé prisión de quien esté operando, lacre y aprehensión de los transmisores. Sus matices, también a lo largo de la historia, han sido bastante diferentes. Pueden ser de carácter político-ideológico, de servicio comunitario, religioso, comercial, ligadas a intereses de las minorías o a movimientos sociales, o simplemente puestas en el aire con la intención de ofrecer una programación alternativa, pero similar a de las emisoras convencionales. Sin embargo, tienen en común la negación a los sistemas de control de medios de comunicación de masa".

Las radios de Sorocaba no resultaron de proyectos culturales o de movimientos sociales, y no han resuelto cuestiones como la sustentación financiera. Los contenidos de las programaciones eran apartidarios, con mucha música alternativa y la forma como esas radios proliferaron, ejerciendo la libre expresión, sin piratería y de forma autogestionaria, las ponen como pioneras en el movimiento brasileño.

Los contornos de esa intervención colectiva fueron de desobediencia civil declarada, y el apartidarismo en el que se manifestaron las aproxima a una forma pura de lucha por la democracia. El hecho de dar voz a las figuras del técnico en electrónica y del amante de la música hace de las radios sorocabanas la más positiva expresión del placer en hacer radio.

4.2.3. Las radios libres de São Paulo

La ciudad de São Paulo entró en el circuito de la radio libre con la Radio Xilik, 106,4 MHz. Fundada por el profesor Arlindo Machado, juntamente con Caio Magri y Marcelo Masagão y, instalada en la Pontificia Universidad Católica

(PUC), la Xilik FM comenzó su transmisión el 20 de julio de 1985, a las 18 horas. Fuertemente influída por el movimiento europeo, la Xilik introduce en la prensa escrita la discusión sobre la democratización de la comunicación y la política en el contenido de las programaciones. La Xilik lleva la idea de la radio libre a una parcela de la población considerada "formadora de opinión". Insistiendo en la práctica de la desobediencia civil, rechaza las iniciativas de legalización, que considera la reproducción del control sobre la comunicación. Para el grupo de idealizadores de la radio, es imposible reglamentar el deseo y la radio libre debe continuar atravesando la comunicación oficial indefinidamente porque es ésta su verdadera función dentro de la democracia.

En agosto de 1985, los organizadores de la radio, entre ellos estudiantes y profesores de la PUC-SP y de la USP - Universidad de São Paulo, traen el psicoanalista francés e ideólogo del movimiento europeo de radios libres, Félix Guattari, para una exposición transmitida en directo desde el Patio de la Cruz, en la universidad católica. Es la segunda visita de Guattari a Brasil, y reúne cerca de seiscientas personas interesadas en conocer su opinión sobre el asunto y detalles de su experiencia en la Radio Tomate, en Francia. Guattari arrebata, haciendo que buena parte de esas personas saliese de la reunión con intenciones de montar una radio libre.

Considerada referencia entre las radios libres, la Xilik se transformó en objetivo prioritario del Gobierno. Por dos veces, el Dentel intentó aprehender su transmisor, sólo no logrando éxito gracias a la acción de los estudiantes y el apoyo de la rectoría de la PUC. La Radio Xilik salió del aire en diciembre de 1985, cuando sus integrantes entendieron que habían cumplido la misión de despertar la atención de la sociedad para la importancia de la democratización de medios de comunicación de masa, en especial la radio, y el ejercicio de la libertad de expresión.

Nunes (1995: 98) nos cuenta que aquella idea de montar la primera radio libre en la capital paulista partió de un grupo de doce personas - autodenominado los "doce apóstoles". Posteriormente, lanzan juntos el libro *Radios Libres: La Reforma Agraria en el Aire*, única publicación sobre el tema en el País. Durante los noticiarios de la muerte del presidente Tancredo Neves,

las informaciones controvertidas y desencontradas generan en el grupo la voluntad de tener una radio - a ejemplo de las que existían en Sorocaba - que pudiese suministrar la versión real de los hechos.

Además de la Xilik, varias otras radios libres conquistaron espacio en São Paulo, al final de la década de 80, entre las cuales podemos destacar: Radio Patrulla, en Ermelindo Matarazzo, en la zona Este; Radio Bruaca, en la zona Sur; Llapso FM, zona Oeste; Radio Tereza, del Sindicato de los Bancarios; Virus FM, instalada en el Hospital de las Clínicas; Dengue FM, en la Barra Funda, ligada al Partido de los Trabajadores; Radio Totó Ternura, un homenaje irónico de los estudiantes de la USP a Antônio Carlos Magalhães. Los municipios de la Gran São Paulo también adhirieron al movimiento, con el surgimiento de la Radio Neblina, en Guarulhos y de las Radios Tuareg, Capitán Gancho y Estación Apache, en Poá; abarcando Suzano, Ferraz de Vasconcelos y varios barrios de Mogi das Cruzes.

4.2.4. Radio Paulicéia

La ciudad de Piracicaba, en el interior de São Paulo, también vivió la experiencia de la radiodifusión libre con el montaje de la Radio Libre Paulicéia, en el día 14 de julio de 1990, como resultado de la acción colectiva Solidaridad y Participación, promovida por el Ayuntamiento Municipal. La Radio Paulicéia consiguió romper, en la práctica, con el culto a la especialización y a la capacidad, al propiciar el ejercicio directo de la democracia, relata la profesora Marta Regina Maya, al explicar que no fue adoptada ninguna calidad sobre la forma de transmisión. La única exigencia era que la transmisión fuese inteligible:

> "Éste es uno de los aspectos fundamentales del advenimiento de la Radio, pues ella consiguió quebrar la calidad de la objetividad impuesta por la "dictadura" de las radios de Frecuencia Modulada, en que los locutores, de manera impersonal,

> transmiten el texto (generalmente corto) siguiendo calidades estéticas ya consagradas por la historicidad de ese estilo de vehículo” (1993: 121).

Al final de la actividad colectiva, la comunidad se sintió tan beneficiada que decidió mantener la radio en funcionamiento, transmitiendo en la frecuencia 98.1 MHz de FM. Con un transmisor de apenas 10 Watts de potencia, la Paulicéia fue montada dentro de un centro comunitario municipal, con edificio cedido por el ayuntamiento de la ciudad y administrado por los moradores, y pasó a divulgar programas hechos por la comunidad local.

La Paulicéia es organizada de forma totalmente autogestionaria. No tiene dueño y se mantiene abierta a todos los moradores, sin cualquier restricción. Lo que llama la atención de Piracicaba es que, además de hablar para la comunidad, la radio no vehicula cualquier anuncio, aumentando la credibilidad de las informaciones. Nadie pagaba para entrar en el aire, ni recibía para hablar. Para la manutención de la emisora, los moradores organizan rifas, fiestas, bailes, siempre decididos en asambleas. Funciona de lunes a jueves, de las 6h a las 24h, y viernes, sábado y domingo durante 24 horas, en un total de 119 horas de programación semanal, con la participación fija de 120 personas, entre productores, locutores, sonoplastas y corresponsales de barrios en el área del periodismo. Todas las semanas hay una "ventana" de cinco horas en la programación, especialmente abierta al oyente.

4.2.5. Radio Novos Rumos

Otra experiencia significativa de radio comunitaria, nos cuenta Peruzzo (2002: 12) es la Radio Novos Rumos (Nuevos Rumbos), surgida en diciembre de 1990 e inaugurada oficialmente en mayo de 1991, en Queimados, municipio de la Bajada Fluminense (RJ). La emisora con poco tiempo de funcionamiento

fue cerrada por fiscales del Ministerio de las Comunicaciones y la policía federal, siendo aprehendidos el transmisor, los aparatos de audio y discos.

> "Después de varias tentativas de reabrirla, a través de la movilización de la comunidad[120] y del "lobby" del Comité por la Democratización de la Comunicación de Río de Janeiro junto al Ministerio de las Comunicaciones. Finalmente el Ministro Sergio Motta, se lleva comprometido, en marzo de 1995, a formar una comisión para elaborar una propuesta de reglamentación para las emisoras de baja potencia, la emisora es reinaugurada el 15 de mayo de 1995. En 1997 volvió a ser cerrada en el día 6 de mayo, pero reabierta en 11 del mismo mes. Actualmente, la Radio Novos Rumos funciona diariamente, de las 6 a las 24 horas. Es la tercera emisora más oída en Queimados, con 21% de los oyentes, según pesquisa de audiencia del IBOPE. Por el estatuto la emisora garantiza a todo ciudadano el derecho la voz en la programación. Cuenta con 100 colaboradores y 14 empleados. Tiene un cuadro de 781 socios, que aportan con R$ 2,00 (dos reales) por mes, pero su principal fuente de recursos son los comerciales y prestación de servicios para terceros" (2002: 13).

La fiesta de re-inauguración de la Novos Rumos tuvo aguardiente de caña ofrecida gratuitamente por la Brahma[121] y servicios de transmisión cedidos por la Telerj[122]. Actualmente la captación de recursos viene de anuncios publicitarios de comerciantes locales. Según nos informa Nunes (1995: 89), el dinero que entra en la radio es dividido en un 30% para la persona que trae el anuncio, 20% para el programador y 50% para la radio. Pagan el alquiler, los costos de mantenimiento y los salarios de cinco chavales contratados como operadores. Lo que sobra es dividido en partes iguales para la directoría, a título de participación.

> "Las leyes y la Justicia deben existir para servir al pueblo y no para oprimirlo. Si hay una ley que impide la creación de una radio de ámbito local, popular y democrática, administrada por la comunidad, es esa ley que tiene que dejar de existir y no nuestra radio.[123]"

Sobre los frecuentes cierres de la emisora, así se manifestó a Nunes, uno de sus dirigentes:

---

[120]Hicieron una lista con 10 mil firmas de habitantes del municipio y 100 de apoyo de parlamentarios.

[121] Importante marca de cerveza brasileña.

[122] Companía de teléfonos del estado de Rio de Janeiro.

[123] Manifiesto de la Radioclube de Quemados el. 16/05/91.

> "Es una pelea entre el mar y la roca. Es increíble que se impida que esas experiencias sean legalizadas. Uno quiere ver al pueblo hablar, hacer valer su cultura. Nosotros también tenemos capacidad de elaborar nuestros propios programas, pero no basta tener medios en la mano del pueblo. Es preciso dar condiciones para que el pueblo haga de esos medios un ejercicio constante de ciudadanía" (1995: 90).

En manifiesto, los moradores de Novos Rumos dejan clara su sedición:

> "Nuestro objetivo fue y continúa siendo dar voz y vez a la comunidad queimadense, defender nuestro sagrado derecho a la comunicación y a la libre expresión. La Radio Novos Rumos, en los más de dos meses en los que estuvo regularmente en el aire, dio un verdadero ejemplo de democracia: abrió micrófonos para todos los sectores de nuestra comunidad, acogió todas las inclinaciones políticas, religiosas, ideológicas, deportivas, musicales; todas las reclamaciones, quejas, sugerencias e ideas de cuántos la buscaron; trajo informaciones, utilidad pública, notas sociales, mensajes comerciales; produjo momentos de grandes emociones, dando inicio a un proceso de integración y de crecimiento cultural y espiritual de nuestra comunidad. Nosotros no desistiremos" (Nunes, 1995: 90).

4.2.6. Radio Reversão

El periodista Léo Tomaz, coordinador de la Radio Reversão (Reversión), relata que "además de la cuestión del contenido y de la industria de producción cultural, la Radio Libre Reversión quería practicar la libertad de expresión, contenida en el artículo 5º, inciso 9º de los Derechos y Seguridades Individuales anotados en la Constitución de 1988" (Nunes, 1995: 91).

"Somos una tribu urbana y hablamos a ella, no hablamos para lo nacional. No reconozco esa nacionalidad", refuerza Tomaz. Según él, las radios libres sirven como canales de expresión del descontentamiento y como tentativa de sublevar ésa "identidad planteada" por los medios de comunicación. "Hacemos radio libre para democratizar los medios de

comunicación, democratizar los mitos, la industria de la producción cultural y los medios de divulgación cultural" (Nunes, 1995: 91).

La radio pasa a alcanzar un rayo de 5 Km., con un transmisor de 20 Watts, fabricado por técnicos del grupo y con modelo propio. Los recursos financieros vienen del bar instalado en la casa y son revertidos para el mantenimiento de los equipos. El oyente puede frecuentar la radio y tener momentos de ocio en un ambiente decorado con esculturas, pinturas y poesías de artistas locales, rodeado por mesas, sillas y un palco, donde se presentan los grupos de la región. Y si él tiene algo a decir, tiene acceso al micrófono y ejercita la libertad de expresión.

> “La Reversión pasa a formar parte del barrio y a volverse una referencia cultural para toda la región. Un proyecto pequeño de comunicación, creado e implantado por una pequeña comunidad, hace circular territorialmente una producción rica y creativa, estimulando al oyente a crear y también a participar de las emisiones” (Nunes, 1995: 93).

La Radio Libre Reversión fue cerrada el 9 de abril de 1991 y tuvo sus transmisores y demás equipos aprehendidos por la Policía Federal. El Ministerio Público acusó Léo Tomaz de contravenir el Código Brasileño de Telecomunicaciones, por realizar transmisiones sin concesión federal. En el día 3 de marzo de 1994, la Radio Reversión fue absuelta. A través de sentencia, el juez Casen Mazloum, del Juzgado Federal de São Paulo, determinó la devolución del equipo, afirmando que el Decreto-Ley nº 236, que estableció en 1967 sanciones criminales en caso de instalación de aparatos de telecomunicaciones, “procuraba cortar la manifestación del pensamiento y la difusión de cualquier forma de actividad cultural”. Mazloum alegó que el uso de aparatos de potencia reducida para actividades culturales, como hizo la Reversión, “no constituye actividad que afrenta las normas vigentes”[124].

En la evaluación de Léo Tomaz, coordinador de la Radio Reversión, fue “el espíritu de la restauración democrática que también pasó a frecuentar el Judiciario lo que decidió por la absolución de la radio y de su coordinador, por

[124] Giron, Luiz Antônio. Justiça Federal absolve emissora clandestina. Folha de São Paulo, São Paulo, 24 mar.1994, cad.1, p. 15.

ser considerada un instrumento de comunicación de finalidad cultural, local y sin pretensiones económicas". Gracias a esa decisión, tres años después de su cierre por la Policía Federal, la Radio Reversión volvió al aire, volviéndose, según Tomaz, "la primera emisora libre a operar legalmente" en el país:

> "El 9 de abril de 1994 volvió al aire, hecho que alcanzó grande repercusión motivando el montaje de millares de pequeñas emisoras que hoy se esparcen por todo el país. Ese acontecimiento alentó la lucha por la democratización de la comunicación y con su popularización pasó a congregar intereses políticos y oportunistas. Las cuestiones de contenido cedieron lugar a la conquista de medio, la Libertad de Expresión dio lugar a la lucha por la legalización y pose, la representación basada en el ejercicio pasó para la representación política".[125]

El periódico Folha de São Paulo, a su turno, interpretó el hecho de otra forma y presentó su perspectiva en materia firmada por el periodista Luiz Antônio Giron:

> "Desde ahora una radio pirata tiene nombre, prefijo, dirección, teléfono y amparo legal. La radio Reversión FM 106,5 MHz (Calle Hermilo Alves, 569, tel. 011/957-6373, Vila Ré, zona este de São Paulo) pretende volver al aire en el tercer aniversario de su cierre por la Policía Federal" (1994: 15).

Con posicionamiento totalmente contrario al del periódico *Folha de São Paulo*, Rodney Brocanelli, miembro participante de los movimientos por la democratización de medios de comunicación, considera que la absolución del periodista Léo Tomaz y de la Radio Reversión representó una importante victoria para las radios libres. En la medida que el Juez Federal substituto Casem Mazloum, acogiendo la tesis de la defensa, encampada por el Procurador de la República, Mário Luiz Bonsaglia, entendió que la utilización de los equipos de radiodifusión de reducida potencia para actividades culturales "no constituye actividad que afronta las normas vigentes, notadamente bajo el aspecto criminal". Estaba creado un "precedente jurídico importante que favorecía a los acusados de crimen contra el Código Brasileño de Telecomunicaciones" y que posibilitaría la utilización de emisoras de baja potencia para otros propósitos, por personas e instituciones, sin identificación o

[125] Tomaz; http://www.geocities.com/CapitolHill/Lobby/7543/.

compromiso con el movimiento de las radios libres, como revela Rodney Brocanelli:

> "Con esa victoria, el movimiento de radios libres alteró de perfil. Grupos religiosos pasaron a ver en esas emisoras una buena manera de hacer proselitismo religioso. Otras personas descubrieron un modo fácil de ganar dinero, vendiendo anuncios y espacio de programación" (1996: 17).

4.2.7. La proliferación de emisoras en otros estados

En Río de Janeiro, la primera radio libre a entrar en el aire fue la Frívola City, el 30 de agosto de 1986. Dirigida para la zona sur, la Frívola FM colocó en el aire una programación mezclando música popular, "pagode[126]", hasta poesía de Fernando Pessoa y, aun encontró espacio para apoyar la candidatura de Fernando Gabeira al Gobierno del Estado.

Según Santiago (2002: 16), en otros estados brasileños también fueron realizadas experiencias con radio libre en la década de 80. "Existen menciones de una radio ligada al movimiento gay, en Salvador; una radio libre dedicada a la ecología, en Fortaleza y otra especializada en *reggae*, en São Luiz, en Maranhão".

Como podemos observar en los ejemplos citados, la radio libre surgió con la propuesta de combatir el monopolio de la radiodifusión y como una nueva forma de manifestación cultural y social. Así afirma el periodista Valionel Tomaz Pigatti, argumentando que la radio libre,

> "como instrumento de la información, puede contribuir para romper con la calidad comunicativa en vigor, que establece una relación monológica entre receptor y emisor, en que este último no produce, apenas recibe. Pueden ejercer una función en el campo de la información, divulgando el otro lado de la noticia y, aun minar las calidades culturales vigentes, abriendo espacio para la producción artístico-cultural alternativa" (Maya, 1993: 121).

[126] Estilo de música brasileño – un samba romántico.

El gran obstáculo para el éxito y vida larga de esas primeras radios libres puede ser fácilmente localizado en la organización y en la estructura de funcionamiento. La mayor parte de los operadores eran estudiantes, sin recursos financieros para sostener los proyectos, o trabajadores que se dedicaban a la radio apenas en las horas libres.

El recelo de que radios con objetivos comerciales se aprovechasen del movimiento para concretar sus proyectos de comunicación, a ejemplo de lo que aconteció en los movimientos italiano y francés, causó un cierto prejuicio en discutir francamente los proyectos financieros para la sustentación de las emisoras y la posibilidad de utilizar la publicidad local como fuente de recursos. En consecuencia, las radios empiezan a cerrar y a vaciar el movimiento. Otro dato importante es que muchas emisoras nacen en ese momento por el simple placer de hacer radio; esto no las descalifica en el movimiento, pero empobrece el contenido de las emisiones. La experiencia europea suministra pistas de que las radios libres más organizadas y regulares son parte integrante de proyectos culturales y de movimientos sociales, y son, en verdad, la vía de expresión para contenidos que no encuentran representación en medios de comunicación oficiales. Tener de qué hablar es tan importante como tener para quién hablar y de qué forma hablar.

> Los defensores auténticos de las radios libres empezaron a enfrentar un nuevo problema: la descaracterización del movimiento, por la multiplicación de las radios con objetivo comercial, político o religioso.

En opinión de Peruzzo (2002: 20) las radios libres, aun cuando algunas puedan haber sido consecuencia de aventuras sin mayores pretensiones políticas, son, en el conjunto, una protesta contra la forma de acceso a los instrumentos masivos y una tentativa de conquistar la libertad de expresión a cualquier precio.

> "Las radios comunitarias aportan para el debate sobre la estructura antidemocrática de medios de comunicación de masa en Brasil, que también tendría lugar en la Asamblea Nacional Constituyente, pero nunca vino a entusiasmar a amplios sectores representativos de la sociedad, ni logró grandes avances en el texto de la nueva Ley Magna promulgada en 1988. Ésta apenas

> estatuyó que la concesión de canales debía tener la aprobación del Congreso y la creación del Consejo Nacional de Comunicación". (Peruzzo, 1998: 245)

La proliferación actual de emisoras comunitarias es el resultado de un proceso de movilización social por la reglamentación de la radiodifusión de baja potencia, cuyo marco histórico, según Peruzzo, es el día 10 de abril de 1995, fecha en la que el Ministro de las Comunicaciones, Sérgio Motta, recibió en audiencia a un grupo de representantes de radios libres y comunitarias. En esa ocasión él reconoció, públicamente, la existencia de millares de emisoras de baja potencia en todo el país y asumió el compromiso de reglamentar su funcionamiento.

> "El 24 de diciembre de 1996, el presidente Fernando Henrique Cardoso firmó un nuevo decreto reglamentando la concesión de emisoras de radio y televisión. Se lee en él que la otorga de radios y televisiones será procedida de procedimiento licitatorio, para "garantizar tratamiento isonómico (igualitario) a los participantes" y la observación de los "principios de la legalidad, de la moralidad, de la impersonalidad y de la publicidad". Pero, entre las muchas exigencias que se ponen a los interesados, está la "calificación económico-financiera", que en la práctica continuará inviabilizando el acceso a las ondas por parte de la mayoría de las organizaciones de la sociedad civil, sobre todo de los movimientos populares. Ni aun la exención de la licitación "para ejecución de servicio de radiodifusión con fines exclusivamente educativos" les abrirá mayores oportunidades". (Peruzzo, 1998: 245-246)

Vale resaltar, nos dice Peruzzo (1998: 246), que continúan en vigencia la ley n 4.117, de 27 de agosto de 1962, el decreto ley n 236, de 28 de febrero de 1967 – por el cual el uso de las ondas sin la debida autorización constituye crimen punible con la detención del autor, precedida, liminarmente, de busca y aprehensión de la estación ilegal - y una portería de 1985, del Ministerio de las Comunicaciones, determinando que las autoridades competentes vigilen intensamente y combatan con rigor los servicios clandestinos en esa área.

Aun con la aprobación de la Ley 9.612, que reglamenta las Radios Comunitarias, en el año de 1998, las radios ilegales continuaron siendo creadas y apareciendo cada vez más por todo el territorio nacional sin ninguna reglamentación y mucho menos fiscalización del Gobierno Federal. En trabajo presentado al Congreso de la Intercom de 1998, en Recife/PE, Maya considera

que el movimiento por la democracia en la comunicación y el fenómeno de las radios libres y comunitarias surgen como epicentros de una nueva práctica de comunicación en Brasil, dispuesta a romper con el sistema comunicacional perverso actual:

> "La experiencia de estas emisoras no autorizadas por el Estado significa el rompimiento con una calidad ya consagrada, sino por los oyentes, por lo menos por quien produzcan y anuncia. La reciente actitud del gobierno federal de encuadrar este movimiento por intermedio de una legislación reglamentadora (Ley n. 9.612 de 19/02/98, que instituye el servicio de radiodifusión comunitaria), aparece más como una tentativa de inhibir la proliferación de estas emisoras que una posibilidad real de ampliación del espacio electromagnético para nuevas voces" (Maya, 1998: 3).

La Ley que instituye el servicio de radiodifusión comunitaria considera como emisora de pequeño alcance aquella que tenga una potencia de 25 watts, no haga parte de redes comunitarias y que sus representantes formen parte de asociaciones legalmente constituidas y presentes en el barrio o demás sitios en que la radio se sitúe. La concesión es otorgada por el Ministerio de las Comunicaciones, mediante comprobación de documentación prevista en ley, pero sobre eso hablaremos más adelante.

Actualmente, el movimiento brasileño de radios libres presenta un resultado que ayuda a mostrar la cara de este país. Millares de radios "ilegales" (en verdad, hijas de las radios libres y de las llamadas comunitarias), transmiten sus programaciones no autorizadas en todo el territorio nacional e incluyen, bien o mal, nuevas voces en la interlocución social. De importancia más cuantitativa que cualitativa, siguen produciendo micro-rupturas en el sistema de comunicación social, adoptado particularmente después de 1964 y cuya estructura sobrevive a despecho de las nuevas tecnologías. Según Marisa Meliani Nunes esas radios transmiten "contra ese modelo del mega, que adopta la emisión unilateral y en red desde grandes centros urbanos (adecuada al control político y al consumo nacional), las pequeñas radios parecen querer construir una nueva y más moderna forma de comunicarse: emisión y recepción próximas del ciudadano y de su realidad; información y contenidos

más necesarios a la ciudadanía; y movimentación subterránea de la economía y cultura locales".

Según Nunes (2001: 12) ese proceso se multiplicó debido a que la radio es el medio de comunicación de mayor alcance y el que más se presta a la formación de opinión pública, especialmente entre las poblaciones de menor poder adquisitivo y de regiones distantes de los centros urbanos. Facilita la recepción porque libera el oyente para otras tareas, a diferencia de la TV y de la Internet. Es pieza fundamental del ciclo de la industria cultural, siendo base de lanzamiento de modismos e inclinaciones musicales.

> "Además del poder que tiene, el dominio de su técnica es fácil y barato. Por eso, salir de la condición de oyente para la de emisor ha sido práctica que acompaña la historia de la radiodifusión. En el mundo, las radios libres produjeron cambios importantes en los sistemas de comunicación de varios países y, en muchas regiones, fueron y son piezas de resistencia en luchas de guerra y de guerrillas" (Nunes, 2001: 13).

4.2.8. El asociacionismo

El Primer Encuentro Nacional sobre Radios Libres fue realizado en mayo de 1989, en la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo (ECA), donde los participantes decidieron por la "instalación del mayor número posible de emisoras en todo el país" (Nunes, 1995: 25). El objetivo era ocupar todos los espacios libres en el "dial". Además, tuvo inicio el recogimiento de firmas por una enmienda constitucional que liberase el funcionamiento de emisoras de baja potencia, sin fines lucrativos.

El Segundo Encuentro fue realizado en la ciudad de Goiania en 1990 y, entre otras resoluciones, aprobó que "la lucha por la democratización de los medios de comunicación pasa por la intervención organizada del movimiento de radios libres en acciones dirigidas a transformar el movimiento en una corriente unitaria, por medio de sindicatos, entidades populares, de estudiantes

etc., como la creación de comités por la democratización de la comunicación”[127].

En 1991, en el Tercer Encuentro Nacional de Radios Libres, en la ciudad de Macaé[128], dos puntos fueron considerados prioritarios para el movimiento de las radios libres: la creación de los colectivos regionales y contactos con las entidades de los movimientos organizados.

Según Santiago (2002: 23), el Gobierno reaccionó al Tercer Encuentro de las Radios Libres, intensificando las acciones contra las radios no-reglamentadas. A través del Ministerio de las Comunicaciones, determinó la “Vigila Federal” el cierre de las emisoras y la aprehensión de sus equipos. Los radiodifusores libres de São Paulo, a su turno, se unieron y fundaron la Asociación de Radios Libres del Estado de São Paulo (ARLESP), consolidando el movimiento en el Estado. La Radio Reversão (Reversión) FM (106,5 MHz), de São Paulo, es considerada una especie de símbolo de esa nueva realidad de la radiodifusión brasileña.

> “Cuando se colocó una emisora libre en el aire en 1988, con el nombre de Reversión, en la Vila Ré en São Paulo, ninguno de sus participantes pretendía ser el propietario del medio o exigir una concesión. Sin embargo, esos pioneros querían la presencia de una producción cultural que les identificase, lo que no acontecía con los medios de comunicación oficial atada al producto de la descarada industria cultural”[129].

Como vimos en el capítulo anterior, la Convención Americana establece que “toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, sea oralmente, por escrito o de forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección”. Así, es importante destacar la perspectiva de universalidad inherente: respeta a todas las personas y todos los medios.

---

[127]Abreu, Claudia de. Rádios Livres - um breve histórico. Disponible en http://www.alternex.com.br/~claudiaverde/radhisto.htm
[128] Ciudad del estado de Rio de Janeiro.
[129] Tomaz, Léo. “Que rádio se pretende legalizar?” Disponible en http://www.geocities.com/CapitolHill/Lobby/7543/

También la Corte Europea reitera que la libertad de expresión es uno de los “fundamentos esenciales de una sociedad democrática”.

En los Fundamentos Jurídicos del Derecho a la Comunicación, de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias - AMARC - América Latina y Caribe, está expreso que “una sociedad libre, hoy y mañana, es aquélla que pueda mantener abiertamente un debate público y riguroso sobre sí misma”[130].

La Convención Americana de los Derechos Humanos subraya que “la libertad de prensa no se agota en el reconocimiento teórico del derecho a hablar o escribir, sino que comprende, inseparablemente, el derecho a utilizar cualquier medio apropiado para difundir el pensamiento y hacerlo llegar al mayor número de destinatarios”.

La vigencia de la Convención Americana de Derechos Humanos (Pacto de San José Costa Rica) es una de las tesis más profesadas en Juicio. Se trata de un acuerdo realizado en 1969, cuyos términos, Brasil, en plena dictadura militar, se comprometió a cumplir, aunque la esencia del Tratado fuese incoherente con el régimen dictatorial vigente. Pero, en el principio de los años 90, por tanto bajo la égida de la Constitución Ciudadana, aquella Convención entró en vigor en Brasil mediante el Decreto N. 678 de 06 de noviembre de 1992. Es importante observar que la primacía del derecho nacional pierde espacio para el interés internacional pactado.

Aunque la teoría del derecho natural sea la más utilizada, el hecho es que todas las demás traen implícita la cuestión de la autolimitación, o sea, existe un qué de renuncia relativa, recurso inexorable para que prevalezca la voluntad colectivamente convencionada en el escenario mundial. Y, como bien documenta el maestro Acciloly (1964), la opinión de la mayoría de los internacionalistas defiende que el derecho internacional es superior al Estado. Según él, esa facción del derecho tiene supremacía sobre el derecho interno. Vale decir: el Estado tiene el deber de respetar sus obligaciones y no puede revocarlas unilateralmente. Ésa recusa deriva, desde luego, del hecho de que

[130]Disponible em http://amora.rits.org.br/cemina/html/subcapII6.html

un Estado no es obligado a firmar tratados. Pero, cuando lo hace, se vincula y tendrá que adaptar sus normas internas a él.

El hecho es que, 23 años más tarde, ya en 1992, el pacto fue ratificado por el Senado Federal brasileño y promulgado por el Presidente de la República Itamar Franco, gracias a una nueva Constitución, capaz de contener los términos de aquel Pacto.

Para los defensores del libre ejercicio de la actividad de las radios comunitarias, existe una perfecta consonancia entre la Ley Mayor y aquel Pacto. No se verifica incompatibilidad entre los Art. 5º, IX (libertad de comunicación), 215 (participación en medios de comunicación) y 220 (libertad de información sin restricciones y sin censura), de la Constitución Federal, de un lado, y el artículo 13 del Pacto (ausencia de abuso de controles oficiales o particulares), de otro.

4.3. La Radio pirata en Brasil

Reflexionando sobre la importancia de las radios comunitarias para el desarrollo local, Cláudia Ruas (2004: 100) nos dice que una colectividad comparte vivencias interrelacionadas por intereses, provenientes de las necesidades sociales básicas presentes en el cotidiano de cada una de las personas que la integra. Esas necesidades, nos informa Ruas (2004: 100), "conciernen a la salud pública, educación, política, seguridad y demás servicios sociales delegados al poder público, cuya ausencia o mala prestación suele generar carencias comunitarias. La comunicación en el ámbito popular, aquí representada por la radio comunitaria, puede venir a actuar como estrategia de transformación de esa realidad, en el momento en el que, como representante de la comunidad, puede analizar, requerir y hasta promover acciones que modifiquen el cotidiano citado". Sobre esta cuestión Marcondes (1991: 162) enfatizó que:

> "Con este tipo de vehículo comunitario, las comunidades pueden romper el gueto a que están sometidas por los criterios de marginación predominantes en la

> sociedad. Ésa es la propuesta de este medio, que debe empeñarse en organizar movimientos sociales y esfuerzos individuales en defensa de intereses comunes, normalmente menospreciados en la sociedad. Es la forma de la comunidad poder afirmarse y hacer valer su posición sin ser deglutida por las máquinas de información oficiales, públicas o privadas, que todo hacen, menos solucionar los problemas y las necesidades de esas comunidades".

Según Ruas (2004: 132), se trata de trabajar en un universo de culturas que abarcan valores, creencias, conflictos y manifestaciones diversificadas, de forma que desarrollen un ambiente de envolvimiento social, que al mismo tiempo se caracteriza por la individualidad de pensamientos. Es justamente la pluralidad de ideas y valores que impulsa cada uno de los moradores a comunicarse y a interactuar a través de la auto-expresión, del conocimiento de nuevos puntos de vista, del cambio de informaciones. La comunicación, que permite y privilegia todo ése proceso, transforma cada individuo en miembro actuante de la comunidad, un verdadero agente participativo en la construcción de la ciudadanía. Así también piensa César (1990: 30) cuando dice que "la radio posee una capacidad de intervenir en la vida de los consumidores".

Ya Machado (1996: 143) comenta que:

> "la voluntad de generar la difusión de las ondas sin concesión o hacer la llamada piratería, es reacción al monopolio de las comunicaciones, que ahí está: un limitado número de radios y TV, concedidos por el propio Presidente de la República, históricamente usados como forma de dividir privilegios y hasta agraciar amigos y médicos personales de los generales-presidentes. Tal como es definida por la ley, la concesión es arma de apaciguar fuerzas políticas palaciegas, un privilegio cambiado por sustentación política o por caja de resonancia de los discursos oficiales. La política del monopolio está asentada, por una lado, en la legislación ordenadora, que define quien esté apto a hablar, y, de otro, en la acomodación de una sociedad que nunca supo cobrar otro estado de cosas para la materia".

Nos cuenta Denise Cogo (1998: 190) que el acceso a las radios comerciales es, además, restricto, "sea por la distancia geográfica o por la propia exigencia de manejar voces autorizadas y con una estructura institucional compleja. Exigencia de moverse en el interior de un espacio que

no es de reconocimiento como es el del barrio, lugar de constitución de identidades".

Pertenecer al barrio, para las clases populares, significa, según Jesus Martín Barbero (1989: 95), "poder ser reconocido en cualquier circunstancia". El barrio aparece como el gran mediador entre el universo privado de la casa y el mundo público de la ciudad. Es el espacio que ofrece ciertas referencias básicas para la construcción de lo nuestro, definido por el sociólogo Jose Guilherme Magnani (1984: 32), "con una sociabilidad mayor que la fundada en los lazos familiares y al mismo tiempo más densa y estable que las relaciones formales e invidualizadas impuestas por la sociedad". Con el barrio, los moradores ejercen una especie de apropiación privada del espacio público, estableciendo relaciones más personalizadas y duraderas.

Es el desconocimiento de ese universo, relata Cogo (1998: 209), que ha comprometido el desarrollo de las experiencias, principalmente en lo que se refiere a la relación entre productores y receptores en el proceso de construcción de una propuesta de radio comunitaria. Se incluyen ahí opciones por formatos y contenidos de programas, definición de estrategias de sustentación de la emisora y de participación de los oyentes, relación con los movimientos comunitarios y con las instituciones promotoras de los proyectos.

Para Masagão et al. (1987: 16), "la sociedad está excluida del monólogo que los medios fabrican, pues sólo actúa a nivel de receptora de informaciones, pero ella propia no puede producir y distribuir la información que le interesa". Cualquier propuesta de democratización de medios no será, por tanto, digna de crédito si no puede transformar la función social de los medios y garantizar para la audiencia canales para intervenir con autonomía. Según los autores,

> "Una forma de tornar eso viable técnicamente (forma de controlar una radio pirata y una realmente comunitaria) es establecer un piso mínimo de programación producida en el propio local de la torre transmisora o retransmisora y garantizar espacio para que la propia comunidad pueda crear y administrar sus emisoras locales. (...) En poco tiempo, el mapa cultural-ideológico de las telecomunicaciones podrá estar enteramente redefinido y en condiciones de expresar mejor la fisonomía actual de la sociedad" (1987: 18-19).

Es interesante abordar en este punto que la Ley 9.612 del año 1998, que reglamenta estos servicios, intenta hacer justamente lo que el autor sugirió en 1986, cuando escribió la primera edición de su libro. O sea, la Ley de diez años después ha intentado hacer lo que el autor ha dicho, pero aparentemente no ha resuelto el problema. Y las piratas continúan a aparecer cada día más.

En opinión de Masagão et al. (1987: 21) las radios y televisiones libres constituyen la mejor respuesta de una sociedad democrática a los conglomerados y monopolios, bien como a su poder de concentración y comando. Ellas se dirigen a segmentos específicos de la población, ofreciendo transmisiones diferenciadas, vueltas a las aspiraciones de cada estrato social, de cada comunidad o de cada grupo cultural. Su programación tiende a ser diversificada en la misma amplitud de la diversidad del público, al contrario de las radios y televisiones comerciales que, por fuerza de sus ambiciones hegemónicas, sólo se pueden dirigir a la media indiferenciada y amorfa de los ciudadanos abstractos. La libertad para las ondas puede ser la base de una explosión informativa tan amplia y diversificada como fue el fenómeno de las radios y TVs libres en Europa, en la segunda mitad de los años 70. Para los autores, la voluntad de generar la piratería (aquí tratada como un concepto general, definiendo varias formas de lucha) es reacción al monopolio de las comunicaciones que ahí está: un limitado número de radios y TV, concedidos por el propio Presidente de la República, históricamente usados como forma de dividir privilegios y hasta agraciar amigos y médicos personales de los generales - presidentes.

4.4. La consolidación del monopolio de la radiodifusión

El filósofo alemán Jürgen Habermas (1984: 62) argumenta que una esfera pública de discusiones sólo fue posible con el advenimiento de la prensa. El propio surgimiento de la esfera pública y su configuración actual, a su turno, fue posible desde la consolidación de la libertad de expresión, cuya defensa tiene su icono en la Areopagítica de John Milton. Nos ha dicho Milton

(1999: 169) en su discurso de 1644: “Dadme la libertad para saber, para hablar y para discutir libremente, de acuerdo con la conciencia, por encima de todas las libertades”. Así, del punto de vista filosófico-político, la discusión central gira alrededor del grado en el que los medios de comunicación amplían o reducen la libertad de expresión. Cuanto más pluralidad (diversidad de medios) tengamos mayor será la probabilidad de que la libertad de expresión esté garantizada.

Si el advenimiento de la prensa posibilitó la formación de una esfera pública, de acuerdo con Habermas, y proporcionó la intensificación de una discusión relevante acerca del mantenimiento y promoción de la libertad de expresión, el surgimiento de medios de comunicación de masa sólo vino a potenciar esta discusión. Según Godoi (2003), con la radio y, posteriormente, con la televisión, el mensaje puede ser llevado a millones de personas al mismo tiempo. La imposibilidad técnica de la separación geográfica entre emisor y receptor cesa: el mensaje llega a cualquier lugar. Así, el mínimo denominador común (elecciones libres) de cualquier definición occidental de democracia pasa a ser directamente influído por la nueva realidad; por tanto, la sustentabilidad de la democracia depende del comportamiento de medios de comunicación de masa.

Silveira (2001: 36) nos presenta en su obra “Radios Comunitarias” una descripción de democracia dada por el profesor Donald J. Barr, de la Cornell University, quien dijo que “La realidad de la democracia es que estará siempre en juicio. El problema es que poquísimos de nosotros participan. En una democracia, los ciudadanos deben siempre desafiar el poder del Estado a través de la protesta activa y responsable de modo que aquél poder sea usado responsablemente. Si ningún desafío a aquél puede ser levantado, el Estado se dilata, se vuelve más evasivo, menos responsable, menos diversificado ideológicamente y más controlador”.

En opinión de Godoi (2003), autores que optan por definiciones minimalistas de democracia, como Schumpeter (1943), Dahl (1956) y Downs (1999), no desconsideran totalmente la importancia de la comunicación. Para Schumpeter es preciso considerar la propaganda; para Dahl y Downs la forma

como el electorado se informa es de alta relevancia. Sin embargo, estos autores acaban por considerar que mecanismos de mercado resolverán estos problemas y, por consiguiente, retiran de la ecuación los medios de comunicación como instituciones centrales en el proceso democrático.

Nos complementa Lima (2003) que existen dos principios fundamentales de la democracia liberal que son la pluralidad y la diversidad en las comunicaciones. La pluralidad según él significa garantía de competición o la ausencia de oligopolios y monopolios, allende provisiones legales que prohíban un mismo propietario controlar – en el mismo mercado – medios de comunicación distintos. Por ejemplo: periódico y televisión o radio. En otras palabras, leyes que no permitan la propiedad cruzada. Diversidad, por otro lado, continúa Lima, significa la presencia en los medios de comunicación de contenido que exprese las muchas opiniones que existen en la sociedad. Debe haber, por lo tanto, provisiones legales que garanticen la diversidad de fuentes productoras de información y de entretenimiento.

En verdad, los principios de la pluralidad y de la diversidad son la transposición para la esfera de la comunicación de los fundamentos liberales de la economía de mercado, esto es, la garantía de la libre concurrencia. Como afirma el nombrado politólogo liberal Giovanni Sartori "una opinión pública libre deriva de una estructura policéntrica de medios de comunicación y de su interacción competitiva, y es sostenida por ellas. En síntesis, la autonomía de la opinión pública presupone condiciones semejantes a las condiciones de mercado" (Sartori, 1994: 139). En las comunicaciones, pocos propietarios, además de significar menos concurrencia, también significan menos diversidad de contenido, o la posibilidad de restricciones – explícitas o implícitas, directas o indirectas – a la libre manifestación del pensamiento. En el límite, los antiguos regímenes autoritarios comunistas, donde el Estado era el único "propietario" de los medios de comunicación, siempre fueron el ejemplo preferido por los defensores del liberalismo para mostrar los maleficios de la ausencia de competición, pluralidad, diversidad y, por tanto, de democracia.

En una sociedad con pluralidad de propietarios y diversidad de contenido en los medios de comunicación, estarían aseguradas las condiciones

indispensables para que se constituya una opinión pública libre y autónoma, a través del debate de ideas. Queda claro, por lo tanto, que la concentración de la propiedad en las comunicaciones coloca en riesgo los propios fundamentos de la democracia representativa liberal.

Para Downing (2001: 38), *cultura popular* fue un término acuñado por la sociología de la cultura, para la cual cultura popular sirve de categoría genérica para referirse, de varias manera diferentes, a la producción cultural y a su recepción por el público en general y a él. Ya *audiencia* sirve al mundo empresarial como una designación altamente específica de los grupos enumerados de espectadores, oyentes y lectores, derivados de las estrategias de mercado y discursos de las empresas de cine, radio y televisión, de editores y anunciantes. A cambio de pagamento, las empresas de medios de comunicación buscan ofrecer a los anunciantes los ojos y oídos de las audiencias, en el sentido aquí de los grupos de consumidores con poder de compra.

A través de la investigación de los efectos, nos relata Maria Immacolta Lopes, la audiencia es vista como un conjunto de personas en contacto con un mensaje, en que el interés recae sobre los niveles de duración de la exposición, probabilidad de percepción, condiciones de contacto, cogidos por instrumentos de medida tomados de la psicología experimental y social.

> "Desde los estudios de Lazarsfeld con la radio en los años 40, la investigación de los usos y gratificaciones intenta definir cuales son los beneficios, los usos concretos y satisfacciones obtenidos a través de la experiencia con los medios y buscan poner en evidencia los vínculos entre tipos específicos de contenido y ciertos tipos de audiencia (mujeres y ficción, por ejemplo)" (2001: 234).

Si la libertad de expresión y de información, pilares fundamentales de la idea de democracia, dependen, en gran medida, de las voces que, efectivamente, consiguen entrar en los medios de comunicación, tanto la cuestión regulatoria cuanto la cuestión democrática deben dar cuenta de esta realidad.

El artículo 5º, inciso IX, de la Constitución Federal de 1988 es utilizado como argumento indiscutible de que nada puede afectar la libertad de

expresión: "Es libre la expresión de la actividad intelectual, artística, científica y de comunicación, independientemente de censura o licencia". Incluso, este es uno de los argumentos más utilizados por los defensores de las radios ilegales en Brasil.

Según Godoi (2003), el control de contenido (no sólo qué, dónde y cómo es vehiculado, sino especialmente quien sea responsable de aquel mensaje), por tanto, aparece como el gran talón de Aquiles de la discusión regulatoria.

> "Siempre rotulado de "censura", este tipo de control es de difícil aceptabilidad en las más diferentes sociedades, especialmente por la manera tortuosa como es conducido el debate. La libertad de expresión implica que todos los grupos conflictivos o diferentes en la sociedad tengan su derecho a la voz asegurado. O sea, a medida que todos los grupos que deseen tengan acceso a medios de comunicación, la necesidad de controlar el contenido desaparece, dado que todos podrán, democráticamente, contestar las informaciones que les parezcan equivocadas."

El derecho a la libertad de expresarse libremente parece ser, independientemente de la corriente de pensamiento, lo que más une la discusión de la democracia a la discusión de medios de comunicación de masa. Sin embargo, nos dice Godoi, tres son los grandes motivos apuntados para justificar la necesidad de reglamentación de medios de comunicación, especialmente el de la radiodifusión.

> "El primero, consensual y más técnico, es que solamente con una entidad con poderes de imponer reglas, en el caso el Estado, es posible poner el sistema en funcionamiento, dado que hay la necesidad de atribuirse frecuencias diferenciadas para los diversos operadores del sistema. Lo segundo es que el locus por donde pasan tales frecuencias, el espectro electromagnético, es un recurso público (de propiedad del Estado y, por lo tanto, de la sociedad) finito" (2003).

El término "medios de comunicación" es una especie de anglicismo, o sea, viene del inglés *media*, palabra latina plural de *medium*, que quiere decir medio. Por tanto, al pie de la letra, "medios de comunicación" denota los medios que hacen la punta entre los emisores de un mensaje y los receptores de este mismo mensaje. Evidentemente, el pasaje por estos medios no es

inmaculado. Hay cambios de colores, hay cambio de palabras, hay diferencias en el sonido, en fin, hay filtros.

> "El control de la libertad de expresión está en las manos de aquéllos que controlan los medios por los cuales el mensaje es, necesariamente, vehiculado. Recapitulando, a pesar de haber habido una "democratización" en la cantidad de personas que tienen acceso al mensaje, no hay ninguna garantía de que el mensaje recibido fue producido e/o vehiculado democráticamente". (Godoi, 2003)

El espectro electromagnético es un recurso público y, por lo tanto, para ser utilizado necesita ser objeto de concesión del Estado. Más que eso, además de ser público, es finito, o sea, así como el petróleo, por ejemplo, apenas un número limitado de *players* (o empresas) puede tener acceso a él. Por este motivo, el Estado puede, a través del marco legal apropiado, decidir si él propio explotará tal espectro, si lo concederá para que otros actores (públicos o privados) lo exploten o se adoptará un régimen mixto. Más que eso, es preciso decidir cómo tal concesión será hecha (por licitación o sorteo, por ejemplo) y qué condiciones estarán presentes en el contrato de concesión (Lopes, 1997: 112).

O sea, siendo la sociedad la dueña del espectro – el cual será concedido, por tiempo determinado, para el uso de empresas privadas - tiene el derecho de definir cuáles serán las reglas del juego. Y aquí muchas son las posibilidades: hay sociedades que no quieren saber de propaganda de tabaco, hay sociedades que no aceptan determinados programas en el horario para niños, hay aquéllas que controlan fuertemente el contenido vehiculado y la propiedad en el sector.

No obstante, nos informa Godoi (2003), la enorme e intensa ola de fusiones y adquisiciones que tuvo lugar en la última década hizo que hubiese una concentración de propiedad sin precedentes en el sector: en algunos casos el mismo grupo es propietario de la TV abierta, de la TV por suscripción, de la radio, del portal de Internet, del periódico, de la revista, de la editora, de la productora de películas. Estimase que, hoy, en Estados Unidos 90% de todo cuanto las personas leen, ven y oyen sea producido por apenas seis grandes conglomerados de comunicación. ¿Alto riesgo o no?, pregunta Godoi.

La concentración de poder en los medios de comunicación en el siglo XX se volvió una fuente cada vez mayor de preocupación pública entre 1961 y 1981. "Empañó no apenas la mayoría de las posibles líneas divisorias entre información y entretenimiento (con un poco de educación en medio), sino también la línea que separa los partidos políticos de izquierda y derecha y, por fin, las diferencias entre los medios" (Briggs y Burke, 2004: 216).

Una referencia en la construcción del monopolio de la radiodifusión en Brasil es la portería nº 333, firmada el 27 de abril de 1973 por el ministro de las Comunicaciones Euclides Quant de Oliveira, estableciendo una política de expansión para la radiodifusión. La portería determinaba el incentivo a la explotación de los canales de Frecuencia Modulada, a través del Plan Básico de Canales, cuya meta era instalar 1.040 emisoras en todo el país hasta el final de la década de 70. Para alcanzar su objetivo, explica Nélia Del Bianco, el gobierno "planteó planes de concesiones y permisos, convenció empresarios del sector en cuanto a las ventajas técnicas y económicas de la frecuencia y estimuló la reactivación de la industria nacional de transmisiones y receptores" (1993: 20). Sin embargo, más que desarrollar la radiodifusión, la política implementada por el gobierno militar culminó con el uso de concesiones de radio como moneda, como ya dijimos anteriormente.

Esa política de concesión de canales fue incorporada por el gobierno del presidente João Figueiredo y consolidada por su sucesor, José Sarney, con la transformación del canal de radio FM en "moneda política de amplia circulación entre protegidos del poder y políticos del antiguo PDS" (1993: 145).

Realizando un estudio comparativo, con documentos del Ministerio de las Comunicaciones, Del Bianco (1993: 145) concluyó que en el gobierno Figueiredo "prácticamente duplicó" el número de emisoras en funcionamiento. Ya el gobierno Sarney "consiguió superar a su antecesor y se transformó en un campeón en la distribución de canales durante el período critico de la disputa en la Constituyente, cuando estaba en juego la duración del mandato del presidente de la República". Datos logrados por Nélia Del Bianco revelan que entre 1985 y 1989 el presidente José Sarney autorizó el funcionamiento de 632 FMs y 314 AMs. La *Tabla 01*, demuestra que juntos, los presidentes João

Figueiredo y José Sarney distribuyeron un total de 1.662 concesiones de canales de radiodifusión, más que todos los presidentes en el período de 1934 a 1979.

Tabla 01

Concesiones/Permisos de Emisoras de Radio y Televisión en Brasil		
Gobierno / Período	Concesión/Permisos	%
Collor de Mello	120 (canais de TV a Cabo)	3,6
Congreso Nacional : a partir de octubre de 1988	65 canais	2,0
José Sarney - Período : 1985-1988	1.028 canais	30,9
João Figueiredo - Período : 1979-1985	634 canais	19,0
Los demás Presidentes - Período: 1934-1985	1.483	44,5
Total	3.330	100,0

Fuente : Ministério das Comunicações e Câmara dos Deputados (Apud : O Estado de São Paulo, 30 jun. 1991, p.4)

En el estudio *"O uso político das concessões das emissoras de rádio e televisão no governo Sarney",* el periodista Paulino Motter revela que ningún otro gobierno "distribuyó tantos canales en tan poco tiempo, ni hizo uso político de forma tan explícita", como el gobierno presidido por José Sarney.

> "En seis años, el gobierno del General Figueiredo había concedido 634 canales de radiodifusión, mientras Sarney, en poco más de tres años y medio - de 15 de marzo de 1985 a 5 de octubre de 1988, fecha en la que fue promulgada la nueva Constitución - otorgó el expresivo numero de 1.028 emisoras" (1994: 90).

Solamente en los últimos nueve meses de la Constituyente, el presidente José Sarney firmó 539 concesiones de radio y televisión, lo que da una media de 60 concesiones por mes o dos por día, lo que significa 52% del total de emisoras que otorgó. El análisis de los datos suministrados por la

Secretaría de Fiscalización y Otorga del Ministerio de las Comunicaciones, llevó a Paulino Motter a concluir que

> “De los 91 constituyentes que fueron agraciados con por lo menos una concesión de radio o televisión, 84 (92,3%) votaron a favor del presidencialismo y 82 (90,1%) votaron a favor del mandato de cinco años. Por tanto, entre los parlamentarios beneficiados con la distribución de emisoras de radio y televisión, el gobierno cogió una cesta de votos suficiente para asegurar la holgada victoria obtenida en las dos votaciones realizadas” (1994: 95).

Nos cuenta Santiago (2002: 76) que “el presidente Sarney encaminó también más de una centena de concesiones de canales de radio y televisión al Congreso Nacional, que, a su turno le fueron concedidos, después del término de su gobierno”. Esa política de distribución de canales de radiodifusión, implementada durante el gobierno Sarney tuvo la participación del Senador Antônio Carlos Magalhães, que era Ministro de las Comunicaciones. Son acciones planeadas y ejecutadas, considerando interés personal y político. José Sarney, Antonio Carlos Magalhães y sus correligionarios utilizaron las concesiones de radio y televisión como instrumento para establecer y sostener lo que Thompson denomina de “relaciones sistemáticamente asimétricas de poder”, en el sentido de “reproducir el orden social que favorece individuos y grupos dominantes” (1998: 25).

> “Hasta 1990, cuando las concurrencias fueron interrumpidas por el ex-Presidente Fernando Collor, los parlamentar eran agraciados con canales de radio y TV, como pasó, en 1988, en el escandaloso festival de concesiones promocionado por el gobierno del entonces Presidente José Sarney a cambio de la votación de los cinco años de mandato para la presidencia de la República, durante la Constituyente. Un mes antes de la votación, el presidente distribuyó 339 canales de radio y 29 de televisión, que se suman a otras 527 otorgas realizadas en su gobierno”. (Nunes, 1995: 176).

Según estudio de Gisela Ortriwano (1985: 66), del total de emisoras de radio otorgadas hasta 1987, cerca del 60% están en las manos de políticos o ex políticos, en gran parte "caciques" o "coroneles" de corrales electorales. Un diez por ciento de las emisoras fueron entregadas a entidades religiosas, mientras que cerca de un seis por ciento fueron destinadas a organismos estatales. Poco más del 20% restantes fueron confiadas a los llamados

empresarios de la información y de la comunicación, para explotación propiamente dicha. Silveira defiende que eso ocurre “debido a la tradición monárquica que, lamentablemente, Brasil incorporó a su cultura. Se instaló en el país, a despecho y al escalofrío de las Constituciones republicanas, un ejecutivo extremadamente fuerte, dominador (copia fiel del poder del emperador, en tiempos de la monarquía), que no respetaba las limitaciones constitucionales, que concedía favores a los amigos y dificultaba, por ley, la vida de los opositores políticos” (Silveira, 2001: 257). Por consecuencia, trajo consigo una cultura política de tolerancia al poder, con base en el fisiologismo, nepotismo y padrinazgo político, la cual repercutió en el pueblo en forma de desánimo, ignorancia y alienación total con relación a las cosas públicas.

Santiago nos acrecienta que el favorecimiento político y el padrinazgo en la concesión de canales, consolidados durante el gobierno Sarney, “promovieron el fenómeno denominado “coronelismo electrónico”, “corral electrónico”, o aún “notarías electrónicas”, caracterizados por el uso político de la radiodifusión. En ese procedimiento, el discurso político pasa a ocupar cada vez más espacio en la programación”.

4.4.1. Concentración de medios de comunicación

En realidad, estudiosos como Ben Bagdikian (1992), Robert McChesney (1998 y 2000) y Dan Schiller (2001), entre otros, han llamado la atención sobre la creciente concentración de la propiedad en las comunicaciones; y una investigación realizada al inicio de 2000 ya concluía que, tendencialmente, "cuatro o cinco grupos dominarán todas las formas de medios de comunicación concebibles, de la prensa tradicional a Internet, pasando por el cine, radio, televisión, videojuegos, no solo en Estados Unidos como probablemente en todo el mundo" (LAFIS, Carta Capital nº 116).

Un ejemplo irrefutable de concentración y gigantismo en el sector fue la fusión de las empresas AOL y Time Warner, en 2000, dando origen a un grupo

con valor de mercado estimado en 350 mil millones de dólares o el equivalente a la mitad del PIB brasileño (Lima, 2003). La espantosa dimensión del grupo puede ser evaluada cuando se considera que, en Estados Unidos, la AOL entrega el doble de correspondencias (e-mail) que los Correos; la Time Inc. vende un cuarto de toda la publicidad de revistas; a Warner Music es uno de los cinco mayores grupos musicales del país y a Equipo Warner Cable es la segunda mayor empresa de TV por cable.

Es preciso registrar que existe en Brasil un ambiente bastante propicio a la concentración. La legislación del sector ha sido históricamente tímida, por intención expresa del legislador, al no incluir dispositivos directos que limiten o controlen la concentración de la propiedad, lo que va en sentido inverso de lo que ocurre en países como Francia, Italia y el Reino Unido, preocupados por la pluralidad y la diversidad en el nuevo escenario de la convergencia tecnológica (Lobato, Folha de S. Paulo, 14/10/2001).

> "Algunos de los principales conglomerados de comunicaciones en Brasil se consolidaron, como se sabe, a través de la propiedad cruzada en la radiodifusión (radio y televisión) y en los medios de comunicación impresos (periódicos y revistas). Quizá el mejor ejemplo actual de este tipo de concentración sea el de la RBS" (Lima, 2003).

Para ejemplificar, Lima nos ilustra diciendo que actuando apenas en dos mercados regionales, Río Grande do Sul y Santa Catarina, el Grupo RBS reúne 6 periódicos, 24 emisoras de radio AM y FM, 21 canales de TV, un portal de Internet, una empresa de marketing y un proyecto en el área rural, además de ser socio de la operadora de TV POR CABLE NET (Zero Hora, 31/8/2002). Además, a RBS fue uno de los grupos contemplados con la vasta liberación de RTVs que ocurrió en los últimos días del gobierno de Fernando Henrique Cardoso: recibió 14 nuevas retransmisoras (Mattos, Folha de S. Paulo, 27/12/2002).

Otra consecuencia de la política de radiodifusión es la concentración de canales de radio y televisión en las manos de grupos políticos, económicos, religiosos y familiares, como puede ser observado en la *Tabla 02*.

Tabla 02

Concentración de Medios Electrónicos - Rádio y TV en Brasil			
Concesionario e/o Familia Controladora	Canais de TV (Concessões/Permisos) Propias - con la Familia	Rede de Televisão	Canais de Rádio (Concessões/ Permisos) sob controle da Familia
Marinho (Roberto Marinho)	17 canais Estados : SP, RJ, MG, etc.	Rede Globo 113 emissoras entre propias e afiliadas	20 canais
Sirotsky	16 canais - Río Grande do Sul e Santa Catarina .	Rede RBS 18 emissoras	21 canais
Edir Macedo (Iglesia Universal do Reino de Deus)	14 canais SP, MG, CE, PE, etc.	Rede Record 68 emissoras	30 canais - estimativa (de un total de 40 emissoras que integran a Rede Aleluia de Rádio)
Saad	11 canais - SP, RJ, MG,PR, RGS, etc.	Rede Bandeirantes 79 emissoras entre propias e afiliadas	21 canais
Abravanel (Silvio Santos)	09 Canais Estados: SP , RJ, PA, RGS e DF.	Rede SBT 97 emissoras entre propias e afiliadas	Não consta
Câmara (Org. JaimeCâmara)	08 canais Estados : GO, TO e DF.	Rede Anhanguera 08 emissoras	08 canais
Amilcare Dallevo	05 canais SP, RJ, BH, Fortaleza e Recife.	Rede TV 05 emissoras	Não consta
Carneiro (Rede Itatiaia de Rádio - MG)	Não consta	Não consta	11 canais

Fuentes : Internet (Site das Redes de TV e Emissoras afiliadas) Revistas da ABERT e AESP, Jornal Folha de São Paulo (10 de março de 1996, p. 1-8 a 1-10) (Santiago, 2002: 67).

Para terminar con eso, en 1994 el Gobierno Fernando Henrique Cardoso afirmó que el proceso licitatorio de emisoras de radio y televisión ya no repetiría el ciclo histórico, “en que las concesiones de medios de comunicación de masa eran un poderoso triunfo político que el gobierno usaba para regimentar y agradar aliados”. Ya en 1997, el Gobierno Federal afirmaba que “todo el servicio de radiodifusión en el país sería otorgado por criterios públicos y transparentes”.

4.4.2. Las redes radiofónicas

Por otro lado, Bianco (1999: 197) nos dice que la formación de red representa hoy el rescate de la radio como gran vendedor nacional. Con la red, los radiodifusores están atendiendo a una de las principales reclamaciones de las agencias y anunciantes: la confiabilidad en la vehiculación de los comerciales en los horarios exactos, suministrados por el ordenador, y la agilidad, pues el material es generado vía satélite.

El acelerado desarrollo tecnológico ha alterado el perfil de la radiodifusión en años recientes, incidiendo directamente en la cuestión de la producción de los contenidos de las emisoras. La posibilidad de la reorganización del sector en redes, abierta por la utilización del satélite, ha significado la reducción de los costos operacionales, la optimización de ganancias para las “cabezas de red” y el aumento de competitividad entre las emisoras. “Por otro lado, viene a la superficie la cuestión de los contenidos que, al ser producidos en la matriz y “aprovechados” para la divulgación a través de las afiliadas, dejan, muchas veces, de tener en cuenta los referenciales de la cultura local. Fenómeno éste que se refiere a la principal característica de la radio, o sea, su estrecha vinculación con la comunidad” (Hausen, 2001: 195).

Lo que acontece con las radios comunitarias y piratas es que mientras las grandes cadenas está preocupadas con los anunciantes nacionales, las

emisoras locales (comunitarias o piratas) está comiendo el pastel publicitario en lo referente a anunciantes locales con menos poder de renta. Aquí surge una duda: ¿Quién va a ganar la batalla por la audiencia? ¿Local o global?

Por otro lado, la ampliación del número de canales viabilizada por las nuevas tecnologías (fibra óptica, cable, etc.) y también por Internet, viene aumentando considerablemente la capacidad de divulgación de información, cultura y entretenimiento de forma segmentada. Castells (1997: 286) destaca la creciente autonomía política de los medios locales y regionales que utilizan las tecnologías flexibles de comunicación, considerando el hecho "una inclinación tan importante como la globalización de medios para modelar las actitudes públicas". Lo que lleva, necesariamente, a la discusión sobre el público de los canales "tradicionales" y su exposición a apenas determinados tipos de programación, y aquél con condiciones de usufructuar de todos los contenidos colocados a su disposición por las nuevas tecnologías. Además de la ponderación sobre "quien está haciendo qué" con el gran número de nuevos canales disponibles - o que están por volverse accesibles.

Como se observa, la discusión es amplia, y un análisis como el realizado en el presente trabajo no puede extraer conclusiones definitivas de un recorte que forma parte de un contexto mucho mayor. De cualquier forma, es posible apuntar tendencias, y en este caso queda claro que, en general, las emisoras operadas en red (con pocas excepciones), no están preocupadas en privilegiar los temas locales en sus contenidos.

> "Lo que evidencia la contradicción: el público de la radio continúa interesado en los temas próximos a su cotidiano, un deseo que el vehículo, por sus características intrínsecas, es lo más indicado para atender. Sin embargo, la tendencia es de que los propietarios de estos medios de comunicación tengan otras prioridades en detrimento de una atención mayor a su público" (Hausen, 2001: 199).

Como destaca Canclini (1995: 146), "también aquéllos que estudian la ideología de los administradores locales concluyen que la globalización empresarial, junto con sus necesidades homogeneizadoras para maximizar el lucro, tiene que reconocer diferencias locales y regionales".

Por lo tanto, ésta no es una historia acabada: si en este momento, en todo el mundo, el péndulo se inclina para la valorización de las temáticas locales, quizá la radio, nuevamente, de tan antigua se vuelva moderna, aprovechando así sus naturales potencialidades (Hausen, 2001: 205)

4.4.3. Emisoras religiosas

Las radios religiosas valoran la participación de los oyentes en su programación, diferentemente de lo que ocurre con la mayoría de las radios comerciales, en las cuales los oyentes participan de forma bastante dirigida y sucinta. Los programas religiosos abren espacio para que el oyente dé opiniones, declaraciones y sugerencias, tornándolo fundamental en la programación.

A respecto de los programa religiosos en la radio brasileña, Cardoso (1994: 5) comentó que:

> "A pesar de que las diferentes emisoras de radio incluyen, hace algunos años, programas religiosos en su programación, no existe aún ningún estudio profundizado sobre el tema. Lo que existe son artículos esporádicos muy superficiales sobre algunos programas y sus dirigentes publicados en revistas y periódicos. Consecuentemente los programas religiosos en la radio, con sus diferentes líneas, inclinaciones teológicas y doctrinarias, permanecen aún como un campo fértil a ser cuidadosamente investigado, principalmente por aquéllos que están identificados con los fenómenos de la comunicación".

Según Souza (2003: 15), ese público es, en su gran mayoría, constituido de evangélicos. Ella nos dice que si los integrantes de una iglesia poseen radio propia, ellos la escuchan, caso contrario, oyen programaciones de otras iglesias evangélicas. Personas de cualquier denominación religiosa pueden ser oyentes de estas emisoras, incluso los católicos. La recíproca, sin embargo, no siempre es verdadera. En ese caso, diferencias de doctrina, de preceptos (culto

a Nuestra Señora, a los santos católicos, etc.) son apuntadas como razones para que los evangélicos no se interesen en oír radios católicas.

> "Muchas veces, los oyentes acaban "pautando" el tema de muchos programas y su participación emplea buena parte del tiempo total de la programación. Ése ha sido un diferencial y punto de "orgullo" para las emisoras religiosas: se definen como canales de participación y expresión de sus oyentes". (…) "Las iglesias percibieron pronto que la radio es un fuerte aliado político. Pastores y dirigentes seleccionados por las iglesias para representarlas políticamente, sea en la Cámara Municipal, Federal o en la Asamblea Legislativa, ocupan micrófonos y consiguen popularizar sus nombres, que acaban transformando en votos. La ligazón entre los parlamentarios y la radio permanece fuerte". (Souza, 2003: 17).

Podemos decir que el más reciente efecto de la política de radiodifusión implementada por el gobierno es el crecimiento del número de emisoras religiosas. Por no ser profesionales del segmento, buena parte de los "agraciados" con canales de radio no consigue mantener su emisora en el aire. La opción más fácil ha sido la venta de horas a contactos comerciales, locutores y, principalmente pastores o el arrendamiento de la emisora para instituciones religiosas. Con la expansión de las iglesias evangélicas, lideradas por el Obispo Edir Macedo, de la Iglesia Universal del Reino de Dios, y el pastor David Miranda, de la Iglesia Dios es Amor, es común la presencia de pastores e himnos religiosos en el aire. Comprando horas o arrendando emisoras, los pastores van, poco a poco, ocupando el espacio del locutor y, los sermones, oraciones, los anuncios de milagros y los himnos religiosos, el lugar antes destinado a la información, prestación de servicio y a la música popular brasileña. No sería exageración decir que de continuar en ese ritmo, la radio (principalmente el AM) tiene todo para dejar de ser "palenque electrónico" y transformarse en "templo electrónico", con los pastores transformándose en pastores-políticos.

La preferencia del líder religioso por la radio como canal de comunicación con su público tiene una justificativa lógica. Por no exigir grandes inversiones tecnológicas en el proceso de generación y transmisión de señal, ni profesionales altamente capacitados, la radio, además de no hacer uso de

imágenes, tiene la capacidad de crearlas en cada receptor, alcanzándolo directamente a través de lo emocional, como pondera Luiz Fernando Santoro:

> “La voz de los misioneros, las músicas, los esfuerzos con el intento de hacer que se emocionen por medio de relatos trágicos, todo eso colabora para que los oyentes reciban las emisiones sin cualquier distanciamiento crítico, esto es, sin mecanismos de protección que puedan interferir en el completo entendimiento y aceptación de los mensajes recibidos. La radio, encuanto medio de comunicación, es el instrumento por excelencia para ese tipo de producción, calcada en la palabra, de costo bajo, dirigido a un número incontable de personas. Se vuelve así un instrumento mágico, de hecho el nexo de ligazón entre el individuo, aislado con sus problemas y angustias, y una voz, que cree traerle respuestas y soluciones” (1984: 28).

Bien antes de los evangélicos, los católicos ya demostraban preferencia por la radio. En 1996, el periódico Folha de São Paulo publicó el reportaje los “Bienes de la Iglesia”, donde revela que la Iglesia Católica controla la red de radio del país:

> “Una en cada 16 radios existentes en Brasil pertenece a la Iglesia Católica. Al todo son por lo menos 181 emisoras diseminadas por 22 Estados y Distrito Federal. La mayor parte de las emisoras católicas está en las regiones Sur y Sudeste. Son 31 emisoras en Río Grande do Sul, 27 en São Paulo, 26 en Paraná y 22 en Minas Gerais”.[131]

Ya en la edición de 24 de enero de 1999[132], en la materia “Católicos intentan aumentar participación en la TV”, el diario Folha de São Paulo revela que la Iglesia Católica controla 175 emisoras de radio en el país, como muestra la *Tabla 03*.

---

[131] IGREJA tem a maior rede de rádios do país. Folha de São Paulo, São Paulo, 10 mar. 1996, cad. 1, p. 10.

[132] CATÓLICOS tentam aumentar participação na TV. Folha de São Paulo, São Paulo, 24 jan. 1999, Especial de Domingo.

Tabla 3

Emisoras de Radio y Televisión controladas por las Iglesias			
Iglesia	TV	Repetidoras de TV	Radios
Universal do Reino de Deus	21	47	80
Católica	4	178	260
Adventista do 7º Dia	1	-	21
Batista	-	-	100
Assembléias de Deus	4	-	2
Evangelho Quadrangular	1	-	4
Renascer em Cristo	1	-	6

Fuente: Artigo "Existe concentração na mídia brasileira? Sim. Venêncio Lima, 2003. En: Querem calar a voz II. http://www.intervozes.org.br/arquivos/dossie.pdf

Un monopolio que la Conferencia Nacional de los Obispos de Brasil ve con naturalidad, argumentando que "la Iglesia optó por los pobres, y los pobres optaron por la radio".[133] Justifica la CNBB, que "actuar en la radiodifusión significa, para la Iglesia, trabajar también en el campo de la ciudadanía, educando para a co-responsabilidad y para la participación en las decisiones a ser tomadas por la sociedad".[134] El número de concesiones de radio en poder de la Iglesia Católica no encuentra similar en ningún grupo de comunicación del país. Roberto Marino (Red Globo), la familia Sirotsky (RBS) y la familia Saad (Red Bandeirantes), grupos tradicionales que controlan la radiodifusión brasileña pierden lejos para los católicos, cuando el asunto es el monopolio de radio. La *Tabla 04* destaca las principales redes de radio, en operación en el país.

133 CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. Comunicação e Igreja no Brasil. São Paulo: Paulus, 1994. p. 69.
134 Idem, pg 66.

Tabla 04

Principales Redes de Radio en Brasil - 1999		
Rede de Rádio	Total de Emissoras Ligadas à Rede	Total de Concessões (emissoras propias)
Rede Católica de Rádios- RCR Igreja Católica	175	175
Rede Líder FM	59	18
Rede Itasat (Programação da Rede Itatiaia)	53	11
Rede Aleluia Igreja Universal do Reino de Deus	40	40
Jovem Pan Sat - FM	38	01
Rede Bandeirantes - AM	37	08
Rede Antena 1 - FM	26	Não Consta
Rede Transamérica - FM	31	04
Rede CBN	21	Não Consta
Jovem Pan - Sat - AM	28	01
Rede Bandeirantes – FM	16	Não Consta
Rede Atlântica FM	12	12

Fuente: Igreja tem a maior rede de rádios do país. *Folha de São Paulo*, 10 mar. 1996, cad. 1, p. 10; Sites das Emissoras na Internet, Revista Transamérica e Jovem Pan - A Revista.

Nunes (1995: 122) nos informa que "de la misma forma que las grandes iglesias, muchas emisoras evangélicas menos conservadoras se especializan en crear un lenguaje más moderno y próximo de la juventud, utilizando símbolos e íconos de la cultura de masa como forma de aproximación, montando un organizado aparato de comunicación. La programación varia de emisora para emisora, pero la tendencia es por un eclecticismo que mezcla rock, pagode e himnos religiosos".

Según Cavalo Doido[135], los sectores que ya tienen canales de expresión en la prensa, o que tienen canales propios en los medios de comunicación, como los evangélicos, no tienen nada que ver con la idea inicial de la radio libre. "Están siendo oportunistas, tanto los evangélicos cuanto los piratas. La única cosa de radio libre que ellos tienen es un transmisor de baja potencia. No

[135] El verdadero nombre de Cavalo Doido es Eliézer Barreto, responsable por la radio Tuaregs, en Poá, ciudad del interior de São Paulo. En Nunes (1995: 122).

añaden nada en términos de nuevos lenguajes, nuevos discursos." (...) "Es mil veces más fácil - continúa – llevar adelante un proyecto comercial que no alcance a nadie, que no hiera intereses. Es más fácil ser dueño de radio que intentar desarrollar un proyecto autogestionario, donde todos son dueños de la emisora, discuten todo y hacen de todo.

> "Solo no apoyo dos cosas: drogas y partidos políticos. Nada impide que cada uno use y vote, pero desde una radio libre usted no puede servir a intereses de grupos que pretenden explotar a los otros. La libertad de información tiene que estar atenta a la mejoría de las condiciones de vida y de la relación entre las personas", afirma Cavalo Doido (Nunes, 1995: 124).

En los días de hoy, no es tarea fácil medir los índices que representan el control del medio de la radio brasileña, por ser un mercado inestable, en constante cambio; pero es posible tener una noción de quien controla la radio en el país, con base en un levantamiento realizado en 1999:

> “45% de las emisoras de radio de Brasil están en las manos de políticos, 15% pertenecen a la Iglesia católica y 25% están bajo el control de los demás grupos religiosos”.[136]

Las instituciones religiosas vienen invirtiendo también en el segmento de las radios comunitarias. Estimativa del Ministerio de las Comunicaciones, divulgada en 1994, revela que entre las religiosas, 70% de las radios pertenece a los evangélicos. Las radios evangélicas empezaron a funcionar en “São Paulo en 1987. Las primeras fueron a Impact y la Central, ambas de Cangaíba. El surto mayor se dio en 1991” (Giron, 1994).

Los católicos ya controlan un gran número de emisoras comunitarias en operación en el país, constituyendo incluso una entidad para defender sus intereses, la Asociación Nacional Católica de Radios Comunitarias (ANCARC) con sed nacional en la ciudad de Atibaia.

La carrera de las instituciones religiosas a las emisoras comunitarias pasa mismo con la legislación prohibiendo el proselitismo. La Ley nº 9.612, de 19 de febrero de 1998, que instituyó el Servicio de Radiodifusión Comunitaria,

---

[136] AMEAÇA à informação independente. Jornal da Tarde, São Paulo, 29 mar. 1999. s. p.

es clara al determinar que una radio comunitaria no puede pertenecer a empresario, partido político o religión. La Legislación hace referencia a la cuestión religiosa en su Artículo 4º, al establecer algunos principios para la programación de las emisoras:

> IV - no-discriminación de raza, religión, sexo, preferencias sexuales, convicciones político-ideológico-partidarias y condición social en las relaciones comunitarias.
>
> § 1º. Es vedado el proselitismo de cualquier naturaleza en la programación de las emisoras de radiodifusión comunitaria.

El mantenimiento de monopolios en el sistema de radiodifusión brasileño entre políticos, empresarios e instituciones religiosas, al mismo tiempo en que organizaciones actuantes en la sociedad civil y ciudadanos representativos de la comunidad donde residen no consiguen lograr autorización para operar con emisora de baja potencia, son indicios de que, aunque el discurso del Gobierno revele cambios, en la práctica, la política para la explotación de canales de radiodifusión permanece sin cualquier alteración substancial. Conveniencias de naturaleza política y económica continúan a sobreponerse a los intereses del ciudadano común, según explicitamos, a lo largo de este capítulo, lo que compromete, no solo el desarrollo del segmento, sino, principalmente, el desarrollo de la sociedad.

4.5. La “comunicación comunitaria”. La radio comunitaria

Antes de Downing (2001), en su obra "Mídia Radical[137]", empezar a hablar de comunidad, él nos dice que primero necesitamos aclarar lo que significa movimiento social. Por más obvio que el término pueda parecer, fue

---

[137] De acuerdo con la definición de Downing, el término medios de comunicación radical se aplica a medios de comunicación que desafían las estructuras de poder existentes, confieren poder a diversa comunidades y clases y permiten que comunidades interesadas conversen entre sí (2001: 384).

empleado de diferentes manera para referirse a las muchas sublevaciones sociales y políticas que ocurrieron desde el siglo XIX.

Nos cuenta Peruzzo (2004: 54) que “nuevas estructuras sociales nacen desde bajo” y se organizan por afuera e independientes de instituciones públicas y privadas y de medios tradicionales de participación, como los sindicatos y los partidos políticos, rellenando un vacío dejado por ellos como canales institucionalizados y abriéndose a la confluencia de los intereses de la sociedad”. Dijo Eder Sader (Peruzzo, 1998: 276), a propósito, que “los movimientos sociales no sustituyen los partidos ni pueden cancelar las formas de representación política. Pero éstos ya no cubren todo el espacio de la política y pierden su sustancia en la medida en la que no dan cuenta de esa nueva realidad”.

Al mismo tiempo, esos movimientos “valoran grados elevados de participación en las decisiones internas y buscan bases conceptuáis de decisiones (en contraste con la búsqueda de una mayoría simple). Rechazan las relaciones elitistas y jerarquizadas, valoran la solidaridad. (...) En contraste con el padrón general de liderazgo autoritario, manifestada en el populismo, en el autoritarismo de derecha o en el vanguardismo de izquierda, los nuevos movimientos sociales valoran las relaciones de igualdad social. Intentan desarrollar el liderazgo de animadores y superar el liderazgo de dirigentes. El animador estimula a acción y movilización popular autónoma” (Viola e Scott, 1987: 22).

A respecto de los movimientos sociales, nos cuenta Peruzzo que:

> “La historia de los movimientos sociales populares revela que una carencia, en un primer momento sentida individualmente – por ejemplo, la falta de un servicio médico-hospitalario en un barrio -, puede venir a aportar para una acción conjunta, en un proceso de transición de la conciencia-organización-articulación-acción para una demanda colectiva. La satisfacción de ciertas necesidades pasa de su aprehensión como derechos individuales para su comprensión como derechos de la persona humana y de todos los que están en la misma situación. Por ejemplo, la noción de derecho al servicio médico conduce a la de derecho a la salud y, de allí, a la de derecho al puesto de salud. Las reivindicaciones incorporan entonces el concepto de derecho: a la morada, a la tierra. A la

> escuela, a la vida, entre otros. Hasta los nombres de algunos movimientos muestran eso, como es el caso de la comisión de derecho a la morada. Parece que, poco a poco, esas concepciones, en un primer momento tópicas y localizadas, van trascendiendo lo nacional, en un momento en el que ciertas violaciones reciben también presión internacional para su superación" (2004: 61-62).

Arato (2002: 45) ofrece tres clasificaciones para los diferentes sentidos en que el término "movimiento social" fue utilizado. El modelo más antiguo se refería a la rebelión de las masas, a la multitud en tumulto, actuando de manera ciega e insensata, llevada apenas por emociones impetuosas y descontroladas – en otras palabras, la percepción del activismo público de las masas por aquéllos que se horrorizaron con la Revolución Francesa y los levantes obreros y socialistas. En clara oposición a ese modelo está el segundo, el modelo de los movimientos sociales como actores racionales. Como no tienen propiedades y generalmente son pobres, los miembros del público en general necesitan crear recursos alternativos para ejercer influencia sobre el proceso político. Esos recursos alternativos consisten en acciones colectivas como huelgas, ocupaciones, paseatas, operaciones tortuga, bloqueos de tránsito. Lejos de ser explosiones irracionales de turbas ensandecidas, esas acciones son tácticas cuidadosamente reflejadas y llevadas a cabo por aquéllos que no tienen riqueza ni poder estatal.

El tercer modelo viene del estudio académico sobre los llamados Nuevos Movimientos Sociales (NMSs), o sea, los movimientos sociales ecológicos, feministas o pacifistas. Algunos estudiosos, nos cuenta Downing,

> "sostienen que esos movimientos representan una nueva etapa cualitativa en la cultura política contemporánea, con características profundamente diferentes de aquéllas de los primeros movimientos sociales, principalmente del movimiento obrero. Mientras el movimiento obrero, por ejemplo, buscaba lograr ganancias económicas específicas de la clase capitalista y presionar los gobiernos a tomar iniciativas políticas y legislativas que, en la opinión de sus líderes, beneficiarían sus filas y columnas, los NMSs no perseguían resultados materiales tan calculados. En vez de eso, según los pesquisidores, los NMSs visaban a los objetivos que, en gran medida, independían que el Estado podía conceder – objetivos que guardaban una relación mucho más próxima con un sentido de

crecimiento e identidad personales en interacción con a subcultura del movimiento" (2001: 56-57).

En lo que se refiere a las limitaciones de los movimientos populares, el gran debate gira alrededor de abordajes teóricos, que les ven sobreestimando la "ruptura que éstos puedan haber generado[138]" o entonces de la forma en que desempeñan su papel como agentes de transformación de la sociedad. Pero no se dejan de levantar algunas restricciones concretas a propósito de ellos. Durham[139] dice que su utilización plena solo ocurre en grupos pequeños; las decisiones son tomadas por consenso, lo que provoca cisiones internas y discusiones interminables e inconclusivas; las reivindicaciones pasan a ser consideradas como instrumentos de movilización, cuando lo contrario sería lo correcto. Jacobi (1987), considera que la obtención de los servicios reivindicados puede representar el fin del movimiento volviéndose difícil mantener la movilización, porque el proceso reivindicatorio es esencialmente puntual. Viola e Scott (1987: 35) ven en los participantes una minoría de la población y apuntan para el hecho de muchos de ellos ser políticamente incapacitados. Otras limitaciones estarían en la instabilidad de la participación, lo que genera procesos de flujo y reflujo; la falta de autonomía y en algunos casos de dependencia; en la ausencia de capacidad técnica; y en la dificultad en hacer el pasaje para luchas más amplias en el nivel de programas.

En resumen, nos dice Peruzzo (1998: 34), los movimientos sociales son comunmente reconocido apenas como locales o "parroquiales" en sus perspectivas, discontinuos y efímeros en su existencia, ceñidos a experiencias comunitarias de democracia directa y organizados alrededor de reivindicaciones específicas, que postulan al Estado la atención a demandas concretas, cuya satisfacción redundaría en general en su suspensión o extinción.

Otro cuestión que es interesante abordar, nos dice Peruzzo (1998: 67-68), es que ocurren con frecuencia casos de líderes que, después de cierto

[138] Jacaobi, Pedro."Movimentos sociais: teoria e prática". En: SCHERE_WARREN. Ilse e KRISCHKE, Paulo Uma Revolução do Cotidiano? Os novos movimentos sociais na América Latina, 1987: 72.
[139] Durham, Eunice. "Movimentos sociais: a construção da cidadania". Novos Estudos Cebrap, 1984 En: Peruzzo, 1998: 56.

aprendizaje, pasan a candidatarse a cargos de representación política, abandonando el movimiento, lo que se da por indicación de este o por opción personal, pudiendo los motivos residir en la conciencia de la necesidad de participación popular en los canales legislativos, pero también en otros intereses. "Así, se ha verificado que, anclados en una visión de la utilidad de esa opción para viabilizar conquistas más expresivas para los movimientos populares, miembros de éstos o de las comunidades eclesiales de base han recibido estímulos para el compromiso político-partidario a la izquierda". En la práctica, continúa la autora, esa militancia, a veces, además de ocupar el tiempo antes dedicado a los movimientos y alejar de ellos sus liderazgos, implica el encuadre de la persona en cierta fidelidad partidaria que, si trasplantada de forma directa para las organizaciones populares, puede perjudicar su caminata, que es pluralista por naturaleza.

Para Silva (2000: 8), los programas transmitidos por estos líderes comunitarios, sirven de soporte técnico que auxilian a uno de sus empleados en la creación de una alternativa representativa: las programaciones establecen en el comunicador un potencial electoral.

> "Las personas ligadas a la radio que se candidatan a cargos y representación política traen de antemano la ventaja de ya ser nombres conocidos del público y la perspectiva de ser escogidos por ese público. Para que se candidaten, deben cumplir las normas de la legislación electoral. Allende recientes códigos específicos para candidatos provenientes de los medios de comunicación, deben necesariamente estar afiliados a algún partido político. Eso no significa que los comunicadores ya no posean una identificación ideológica, pero el partido político es puesto en segundo plano, pues el potencial electoral de esos comunicadores fue construido en su trabajo en la radio, independientemente de la sigla. El vínculo partidario institucional se debe a una necesidad normativa" (Silva, 2000: 11).

Normalmente, los programas de radio de los parlamentarios mediáticos son muy semejantes. Todos prestan servicios a los oyentes, desde donación de silla de ruedas a consejos para la vida particular. Ese trabajo aparece en la programación mezclado a músicas e informaciones, siendo activa la participación del comunicador en la interpretación de los acontecimientos. Él no es apenas divulgador del hecho sino también formador de opinión. Otra

característica importante en las programaciones, nos informa Silva, es la participación directa de los oyentes. De diferentes formas y motivos, los oyentes participan de los programas, lo que refuerza el papel de la improvisación, una especie de marca del comunicador en su identificación con el público: sus palabras les serán abonadas mientras persona y quien se identifica con su opinión se identificará también como el comunicador.

> "De la satisfacción de las necesidades del público de la radio hacia el nivel parlamentario, el salto es pequeño. El referéndum ocurre apenas una vez y la campaña ya fue hecha durante el tiempo en el que el comunicador permaneció en la radio. Entra en la disputa con un potencial electoral de su audiencia: posee un capital electoral construido por su actividad profesional" (Silva, 2000: 86-87).

Downing (2001: 73) afirma que el término comunidad ha sido ampliamente empleado como un concepto de increíble usos. Según él, el término es utilizado en el sentido localista (esta comunidad se mantiene firme en la cuestión de...), en la retórica de la política mundial (la postura de la comunidad internacional contra el terrorismo), en el sentido profesional (la comunidad científica), en la política del uso de la franqueza en cuestiones sexuales (padrones de decencia de la comunidad) y en un sentido nostálgico que remite a una supuesta era de armonía (necesitamos rescatar el sentido de comunidad). Comunidad, aún en el concepto de Downing, también se refiere a un modo de atribuir estricta homogeneidad de opinión a grupos étnicos minoritarios (la comunidad negra, la comunidad judaica).

> "El término también es utilizado de manera populista para aludir a las clases sociales subordinadas y, al mismo tiempo, evitar el uso del argot izquierdista. También es empleado para evitar la mención de cualquier grupo específico entre las clases pobres. Así, las designaciones radio comunitaria y televisión de acceso comunitario son formas de definir ese tipo de medios de comunicación como instituciones que atienden a demandas y prioridades venidas de bajo (clase trabajadora más mujeres más grupos étnicos minoritarios más lesbianas y gayes más...). Implícita en ese uso de comunidad está la suposición de que los medios de comunicación oficial están al servicio del poder (hay varios conceptos sobre el modo en que eso se da)" (2001: 74).

Ya para Cogo (1998: 51), comunidad significa: "el espacio privilegiado de constitución y vivencia de los valores fundamentales como la solidaridad, la

unión, el auxilio mutuo que, articulados a la religiosidad se pone como referenciales indispensables en la comprensión de las culturas populares en su relación con la comunicación. Es el mediador entre el universo privado de la casa y el mundo público de la ciudad, un espacio que se estructura con base en ciertos tipos específicos de sociabilidad y, por último, de comunicación entre parientes y vecinos".

Para Ávila (2000: 71-72) la comunidad se configura por grupo de personas que se convergen, articulan e interaccionan a través de relaciones primarias y la sociedad también se constituye de grupos de personas que se convergen, articulan e interaccionan, solo que, al inverso de la comunidad, por tipos de relaciones entendiéndose que:

> "relación primaria: consiste en aquella cadena de contactos y vínculos que las personas van, paulatinamente, pero constantemente, formando entre ellas, a lo largo de sus cotidianidades de vida, de manera fortuita, espontánea e informal: por ellos las personas se conocen, se evalúan y se controlan, así como conocen, evalúan y controlan el ambiente, común a sus existencias. Esos lazos de vinculaciones interpersonales se inician, expanden y consolidan al ámbito de la vecindad para los de barrio, de ciudad, y así en adelante. Relaciones secundarias: decurren y se respaldan en reglas formales (leyes, regimientos y cualesquiera otros tipos de normas y decisiones colectivas) de control externo a la personalidad de cada una, generando el principio jurídico de que todos son iguales ante la ley".

Comunidad, en la concepción de Carneiro (1988: 53) "se refiere a una serie de fenómenos que van desde la división del trabajo a la acción colectiva. Pero, para el análisis de este trabajo, encontramos en Fernandes (1973: 122) la mejor definición para el asunto; según él, comunidad "existe doquiera que los miembros de cualquier grupo, pequeño o grande, vivan juntos de tal modo que compartan, no de este o de aquel interés, sino de las condiciones básicas de una vida en común. Lo que caracteriza (una) comunidad es que la vida de alguien puede ser totalmente vivida dentro de ella y todas las relaciones sociales pueden ser encontradas dentro de ella".

Comunicación comunitaria en el concepto de Luciane Moura (2003: 33) es aquélla que se organiza desde el cotidiano de personas en una determinada

comunidad, independiente de que estén o no organizadas en movimientos sociales. Posibilita la expresión del cotidiano de la comunidad fuera de los padrones modelizados. Desde esa práctica, genera un proceso de singularidad: la persona, en ese momento, percibe a sí propia. Desde esa percepción de sí acontece la percepción de ella en la realidad en que está inserta, y consecuentemente la singularidad. Por comunicación comunitaria popular alternativa se entiende aquélla que abarca el universo de los movimientos sociales así como el cotidiano de las personas de la comunidad en la que están insertas. Se cree, por lo tanto, que esa comunicación contribuye para un cambio efectivo en la comunicación oficial y dominante y en el conjunto de la sociedad. Conforme Baremblitt: "(...) los grandes cambios históricos, las macro-mudanzas, son siempre resultados de micromudanzas y los grandes poderes que vigoran en la sociedad son apenas formas resultantes de pequeñas potencias que se chocan y conectan en espacios microscópicos de una sociedad". (1998: 45).

De esa forma, la concienciación popular, proporcionada por la gama de informaciones venidas, sin sombra de duda, del avanzado alcance de medios de comunicación, ejerce presión, cada vez mayor, sobre el funcionamiento del Estado y controla las acciones de los dirigentes al exigir transparencia, eficiencia y legitimidad en su conducta.

Según Luciana Sardinha (2004: 27), el concepto de control viene modificándose y surge un nuevo instrumento, el control social, en que la participación popular se hace presente. Se multiplicó el número de ciudadanos, de organizaciones privadas y de voluntarios que ejercen fiscalización paralelamente a las instituciones públicas creadas para ese fin, lo que exige, cada vez más, planificación, transparencia y eficiencia de la Administración Pública.

Según Celso Antônio Bandera de Mello (Sardinha, 2004: 27), en Brasil, la radio y la TV son los medios de comunicación que verdaderamente informan y forman la opinión pública, dado el gran número de analfabetos y el pequeño número de alfabetizados que leen; de allí el poder gigantesco de los servicios de radiodifusión. Es importante que se entienda, nos dice Peruzzo (2003: 15),

> “que los medios de comunicación comunitaria se refieren a un tipo particular de comunicación en América Latina. Es aquélla generada en el contexto de un proceso de movilización y organización social de los segmentos excluídos (y sus aliados) de la población con la finalidad de aportar para la concientización y organización de segmentos subordinados de la población procurando superar las desigualdades e instaurar más justicia social. Inicialmente ella se configuró como una comunicación alternativa y así fue llamada – y continúa siendo en muchos lugares – pero recibió varias otras denominaciones como comunicación participativa, comunicación horizontal, comunicación popular, etc.”.

Después de 1947, cuando es lanzado el término "industria cultural", la teoría crítica conoce su período áureo, intentando reflejar el proceso de comunicación como parte de un proceso social y económico. Nacida entre intelectuales como Adorno, Benjamin y Horkheimer, que se reúnen en la Escuela de Frankfurt, desde 1923, la teoría crítica busca el análisis de la sociedad que está naciendo - la sociedad de masas - para identificar el sujeto que se está formando. Para los frankfurtianos, la nueva sociedad es una máquina y la cultura, una industria. En ese contexto, el individuo ya no es sujeto, es objeto de la sociedad de masas. Así, el mercado de la "industria cultural" impone gustos y valores; impone estandardización y organización en la distribución de los bienes simbólicos. Los sectores como la música, el cine, el arte, se complementan dentro del mercado y siguen el padrón de la baja calidad, del consumo rápido y desechable. Para Adorno, la racionalidad técnica es la racionalidad del propio dominio, o sea, la técnica es poder. La teoría crítica descubre que la razón no es iluminadora y sí dominadora. Los medios de comunicación son instrumentos de dominación, por tanto resta denunciar esa dominación sobre el individuo.

Como nos relatan Briggs y Burke (2002: 259), en su libro "*Uma História Social da Mídia*", informar se volvió una preocupación relevante en todo lugar en el fin de la década de 1960 y durante la década de 1970, cuando se hablaba tanto en “falta de información” cuanto en “saturación de información”. En Estados Unidos en particular había una creciente inclinación a tratar la información como mercancía, creada y distribuida en una “economía de la información”. Con el rápido desarrollo de las nuevas tecnologías de la información, podríamos decir que existe una “exclusión digital” en el mundo

actual, principalmente en países de África, que, quizás, ni conozcan el centenario teléfono.

> "Fue la reacción del Tercer mundo al poderío norteamericano en la generación y distribución de información ("hegemonía"), y no la presión política o la opinión interna norteamericana, lo que llevó la información para el centro del debate internacional desde el inicio de la década de 1970. La UNESCO, en que se concentraba gran parte del debate, se volvió el foro del diálogo Norte-Sur (un término nuevo) , en que los países desarrollados tenían el poder, y los países en desarrollo, la mayoría. Éste fue el principio de la "segunda década de desarrollo" de la UNESCO, descripta cronológica y analíticamente en Electronic Colonialism (1987), de Thomas McPhail" (Briggs e Burke, 2002: 259).

Los teóricos críticos de la Escuela de Frankfurt son aún más definitivos sobre la esencialidad de la propiedad. Para Horkheimer y Adorno, el control capitalista de los media es la fuente de todo el mal, y los objetivos de los mismos es evitar cualquier cambio, o al menos disminuir su ritmo, a fin de servir a los mejores intereses de la clase dominante.

Para Maria Salett Tauk Santos (2001: 254) la cultura del consumo es sin duda la parte más visible de la cultura hegemónica contemporánea, que es la cultura masiva. Cultura cuya identidad, acción y experiencia humanas son construídas por la velocidad de las comunicaciones vía satélite, por las redes de información, por los hallazgos tecnológicos, por el proceso de globalización de los mercados y de mundialización, y masificación de las culturas por el consumo.

El consumo es también, como señala Renato Ortiz (1996: 10), el territorio de la modernidad mundo, al impulsar el movimiento de desterritorialización para fuera de las fronteras nacionales. El autor recuerda como ejemplo el comportamiento de los jóvenes usando las mismas camisetas, participando de los mismos conceptos de música pop en los programas de la MTV, o aún, el comportamiento de las clases medias mundializadas que participan de los mismo gustos y circulan en un espacio de expectativas comunes.

Y las culturas populares, ¿qué pasa con ellas en el tiempo en el que el consumo se vuelve el espacio de la modernidad, el lugar de la objetivación de deseos, de reproducción de la fuerza de trabajo, del acceso al ejercicio de la ciudadanía? Según el autor, “ellas se vuelven híbridas”. Lo más adecuadamente, sujetos de un proceso de hibridización.

La hibridización socio-cultural, informa Canclini, “no es una simple mezcla de estructuras o prácticas sociales discretas, puras, que existan de forma separada y al combinarse generen nuevas estructuras y nuevas prácticas” (Canclini, 1996: 3). Para él, el proceso de hibridización puede ocurrir de modo no planeado, como resultado de procesos migratorios, turísticos o de algún tipo de intercambio económico o comunicacional.

En el sentido de facilitar la discusión del tema, bastante conturbado, adoptamos aquí la definición antropológica de cultura, en el sentido que le da el maestro Alfredo Bosi (1992: 120) de ser "un conjunto de modos de ser, vivir, pensar y hablar de una dada formación social". Para el autor, en sociedades modernas y divididas en clases, la cultura debe ser analizada a través del criterio de la pluralidad, teniendo siempre en vista un horizonte dialéctico final. También para la Constitución, la cultura son los modos de "vivir, de pensar y de actuar" de la población.

Bosi (1992: 122) delimita entonces cuatro fajas extremas, bien marcadas, de las culturas brasileñas, que se interpenetran y mantienen una relación de influencia. La primera es la "erudita", producida en las universidades y en el medio académico. La segunda, la "cultura popular", encuentra su límite en el folklore y es básicamente iletrada, nace en el medio ambiente del hombre rústico, sertanejo o interiorano, además del hombre pobre arrabalero aún no asimilado por las estructuras simbólicas de la ciudad moderna.

A esas dos culturas, añade aquella que llama de "creadora individualizada" de artistas, escritores, cineastas e intelectuales, que no viven dentro de la universidad y que son vistos como pertenecientes a un sistema cultural de elite. Por fin, la "cultura de masas”, que Bosi identifica con la

"industria cultural" o cultura de consumo, en la interpretación de la Escuela de Frankfurt.

Vemos que la centralización de la producción cultural y de la información desprecia las diferencias regionales, y que la radio y la TV alcanzan cerca del 90% de la población brasileña, desde Río de Janeiro y São Paulo. Lo que entra por la pantalla de la TV y por la radio es la cultura de masa, aquélla que es producida para consumo nacional, con intereses mercantilistas y con reinterpretación de la cultura popular.

Como ambiente social del hombre, la cultura ha sido definida de muchas maneras, y entre las innúmeras mencionadas por varios estudiosos, la más sintética y más próxima del pensamiento que se pretende desarrollar sería la del antropólogo inglés Edward B. Tylor, para quien cultura es todo el complejo que incluye conocimiento, creencia, arte, moral, ley, costumbre y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad (Koening, 2002: 59).

La cultura, de acuerdo con Thompson (1981: 189), está relacionada con la experiencia: "las personas no experimentan su propia experiencia apenas como ideas, en el ámbito del pensamiento y de sus procedimientos, o (...) como instituto proletario, etc. ellas también experimentan su experiencia como sentimientos y manejan esos sentimientos en la cultura, como normas, obligaciones familiares y de parentesco y reciprocidad, como valores o (...) en el arte o en las convicciones religiosas".

Downing (2001: 34) nos informa que se puede encontrar una definición clásica de cultura en el artículo de Theodor Adorno, "Culture Industry Reconsidered", en que él comenta el famoso ensayo que publicó en 1944, juntamente con Max Horkheimer intitulado "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception". Intentando refutar la acusación que los críticos lanzaron contra su primer ensayo, a saber, de que él despreciaba la manifestación cultural popular, Adorno convocó los críticos a considerar la distinción que él y Horkheimer intentaron mantener entre la cultura de masa y la cultura popular. Estaba claro que habían rechazado la cultura de masa – el producto de las

industrias comerciales de publicidad, radio, y teledifusão, cine y medios de comunicación impreso – como una versión espuria e inclusive implícitamente fascista de las necesidades del público, la cual sofocaba el espíritu de cuestionamiento. La cultura popular, a su turno, era una expresión auténtica de las visiones y aspiraciones del público, como en la música y en el arte folklóricos, y tenía un inherente potencial de oposición.

Nos afirma Downing (2001: 41) que la cultura popular es la matriz genérica de los medios alternativos de comunicación radical. Ella también se entrelaza con la cultura de masa comercializadas y con las culturas de oposición.

> "En una estructura en la que las clases y el Estados capitalista son analizados meramente como controladores y censores de la información, el papel de los medios de comunicación radical puede ser visto como el de intentar romper el silencio, refutar las mentiras y suministrar la verdad. Ése es el modelo de contra-información, que tiene un fuerte elemento de validez, especialmente bajo regímenes represores y extremadamente reaccionarios" (2001: 49).

En esos escenarios, los medios de comunicación radical, en opinión de Downing (2001: 50), tienen la misión no apenas de suministrar al público los hechos que les son negados, sino también de investigar nuevas formas de desarrollar una perspectiva de cuestionamiento del proceso hegemónico y fortalecer el sentimiento de confianza del público en su poder de engendrar cambios constructivos.

El término "radio comunitaria" identifica un vehículo de expresión social de los miembros de una comunidad, entendida como una población local que comparte intereses comunes. Opera en "mano dupla", ofreciendo a la comunidad la oportunidad no solo de oír, sino también de hablar, debatir problemas, formular reclamaciones, divulgar las manifestaciones culturales y artísticas. También denominada en varios países de América del Sur, como Perú, Bolivia y Chile, de "comunicación grupal" o "no de masas", tiene el objetivo de alcanzar a un "target" limitado, sin embargo calificado, al contrario de la radio de masa, que dirige sus mensajes para gran público, heterogéneo y disperso.

En el estudio “Formación de comunicadores comunitarios: experiencias Colombianas”, el profesor y encuestador colombiano Germán Munõz resalta que la comunicación comunitaria prioriza el intercambio de ideas, de noticias y no la transmisión unilateral de las informaciones. Sus características esenciales, afirma Munõz, pueden ser resumidas “en la participación de moradores locales como planificadores, productores e intérpretes de medios de comunicación de la comunidad. Esos medios de comunicación funcionan mucho más como instrumento de comunicación de la comunidad que para la comunidad” (1989: 145).

En la concepción de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), entidad fundada en agosto de 1983, durante Congreso promovido por la ONU, con sede en Montreal, Canadá, radio comunitaria, popular, educativa, asociativa, libre, participativa, interactiva o pública, es referencia con un mismo desafío: democratizar la palabra para democratizar la sociedad.

> “Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésa es una radio comunitaria”[140].

Las radios comunitarias tienen como principio ejercer la comunicación libre, verdaderamente democrática, a través de una partición cultural de saber, política y arte, sin la mediación de jefes o doctrinas políticas o religiosas específicas. La Radio comunitaria no puede pertenecer o subordinarse a partido político, religión o empresario. Pero según un “dossier” intitulado “Quieren callar la voz del pueblo – II[141] “aberraciones, sin embargo, acontecen - son radios de políticos, curas, pastores o negociantes que usurparon el

[140] Texto de abertura do site da Asociación Mundial de Rádios Comunitarias. Disponible en http://amarc.org/AMARC/AMARC_SP/

[141] QUEREM CALAR A VOZ DO POVO – II - A violência contra as rádios comunitárias no Brasil http://www.intervozes.org.br/arquivos/dossie.pdf. Fevereiro de 2005

concepto de radio comunitaria en beneficio propio. Éstas no son emisoras comunitarias, aunque se presenten como tales. Y aunque muchas hayan conseguido autorización de funcionamiento, son ilegítimas para el movimiento”.

Carvalho uno de los lideres comunitarios citado en este documento, dice que “no basta (una radio) estar en el aire. ¡Tiene que ser comunitaria!” en verdad, ese debate se traba porque aunque de diferentes tipos y con intereses divergentes, todas las emisoras libres se intitulan comunitarias. Pero, al final, ¿qué es ser comunitario, en ese caso? Según Peruzzo (2004: 22), si nos basamos en los estudios clásicos, será “bastante difícil encontrar una verdadera comunidad en las sociedades modernas, teniendo en vista la perfección de solidaridad y el grado de autosuficiencia requeridos. Algunas de las dimensiones apuntadas, sin embargo, son fundamentales para que aproximemos la cuestión a los días de hoy, como, entre otras: la negación del individualismo cuando organizan “comunidades” alrededor de situaciones, intereses y acciones de carácter colectivo; la inserción del grupo en bases territoriales específicas y limitadas; los objetivos de participación e interacción; el trabajo de desarrollo de las aptitudes de sociabilidad y solidaridad; y la construcción de identidades en los niveles cultural, político e histórico”.

Marisa Meliani Nunes, en su disertación de master, conceptúa los varios tipos de radios que mencionamos hasta ahora. Para Nunes (1995: 52), radio comunitaria “es aquélla hecha por y para la comunidad”, que hace circular cultura e información localizadas sin fines lucrativos. Radios piratas o comerciales son pequeñas empresas en busca de ganancia que reproducen los medios de comunicación tradicional y oficial. Radios proselitistas son instrumentos de propaganda religiosa o partidaria, comerciales o no, interesadas en divulgar creencias, políticos o partidos.

Sobre todas esas manifestaciones, nos cuenta Meliani, existe la radio libre, que debe ser entendida como movimiento por la libertad de expresión y por el derecho de interferir en la comunicación social, tornándola más democrática. Para la autora,

> “Todas esas emisoras que se legalizan, que se perpetúan, son desmembramientos del movimiento de radios libres y representan un primer

> asentamiento de nuevas voces en la sociedad y en el sistema. Pasada la legalización, una nueva onda de transmisiones no autorizadas vendrá a surgir, porque ese fenómeno de comunicación forma parte del deseo humano de libertad y democracia" (Nunes, 1995:53).

Para Peruzzo (1998: 257) la radio comunitaria tiene por objetivo principal transformar el oyente en sujeto activo y participante de la comunicación, produciendo la información u opinando sobre los hechos, abriendo así la posibilidad de discusiones a respecto de la prensa y de la comunicación comunitaria. Entendemos, pues, que una radio "comunitaria" necesita algo más que simplemente estar circunscripta a una localidad y hablar de las cosas de esta. A continuación mostraremos algunas de las características que detectamos, basados en Peruzzo y demás autores citados anteriormente.

a) sin fines lucrativos

b) programación comunitaria

c) gestión colectiva

d) interactividad

e) valorización de la cultura local

f) compromiso con la ciudadanía

g) democratización de la comunicación.

Resultado del ansia de envolver más directamente a sus oyentes, facilitando y promoviendo su participación, no apenas en la programación, como también en los procesos culturales y políticos que afectan la comunidad, las radios comunitarias evocan la eterna perennidad de medio, innovando/rescatando su principal papel: Comunicar. El uso de ese vehículo como instrumento de cambio cultural y político, a pesar de aún ser un fenómeno en pleno crecimiento, no es un hecho reciente. Según datos de la AMARC (Girart, 1992), las primeras estaciones comunitarias surgieron casi al mismo tiempo en Colombia y en Estados Unidos, hace más de 40 años. Desde entonces, un sin número de proyectos de esa naturaleza han buscado

promover un cambio dirigido por la propia comunidad en los varios aspectos que tejen la malla social.

Para Nunes (1995: 65), las radios comunitarias se caracterizan "por estar organizadas desde la práctica de la comunicación comunitaria popular-alternativa, o sea, por personas que tienen parte o no en los movimientos sociales organizados, con un proyecto pedagógico libertador, partiendo del cotidiano de las personas, aportando de esa forma para que ellas reflejen sobre su realidad a través de la comunicación hecha por y con ellas mismas".

El término "radio comunitaria", de acuerdo con Peruzzo, fue institucionalizado en noviembre de 1995 "(...) en el I Encuentro Nacional de Radios Libres Comunitarias, definidas como aquéllas que tienen gestión pública, operan sin fines lucrativos y tienen programación plural" (1998: 252).

Es relevante destacar la función social de las radios comunitarias, para Marisa Meliani Nunes (1995: 34) "(...) los pequeños proyectos de comunicación, cuando localizados e integrados a la realidad de sus comunidades, son capaces sí de producir contenidos de calidad, garantizar audiencia y dar respuestas a las necesidades de la población". La afirmación de Meliani, sobretodo la de que las radios comunitarias dan respuestas a las necesidades de la población, lanza para la amplitud que se constituye como función social de ese instrumento de comunicación, pues las respuestas a esas necesidades son buscadas por la propia población que percibe cuáles son esas necesidades, por qué no se tiene acceso a ellas y cuáles son las posibilidades de tener acceso desde que se comuniquen entre ellas y, consecuentemente, con ellas mismas. Así se consagra la afirmación levantada anteriormente en este capítulo sobre el carácter pedagógico y la singularidad generada a través de la comunicación comunitaria popular-alternativa y en la cual se insieren las radios comunitarias.

Ya para la investigadora Claudia Ruas (2001: 69), una radio comunitaria tiene como característica "ser un vehículo de comunicación barato y de fácil dominio técnico". Ha dicho ella que la radio comunitaria ejerce una enorme fascinación en las personas, que se encantan, automáticamente, al presenciar

de manera próxima y real la “magia” de la comunicación social. Para las comunidades que poseen una emisora comunitaria, la radio se transforma en un polo aglutinador de intereses y deseos y, a su vuelta los moradores son estimulados a construir sueños, formular objetivos, crear cultura, divulgar proyectos y talentos locales, integrarse a la comunidad y, hasta mismo, se descubran porvenires profesionales.

Para Ruas, otras características importantes de las emisoras comunitarias,

> “son el pluralismo – en el que todos los segmentos sociales y ciudadanos tienen derecho a voz – y la sintonía, con las especificidades de cada realidad en la que están insertas y la participación activa de entidades no gubernamentales y sin fines lucrativos, aquí representadas en forma de asociaciones comunitarias. Criadas con objeto de que proporcionar a la comunidad una forma de expresión y de poner una novedad en el aire, utilizan la radio local como instrumento de comunicación pública, auxiliando en la resolución de problemas inmediatos de supervivencia social y cultural y confiriendo parcelas de poder a las comunidades, pues son ellas las responsables de una parte de la audiencia, aún no mensurada que se identifica con el lenguaje local y que no tiene recelo de cambiar los grandes proyectos masivos de comunicación por proyectos pequeños y localizados” (Ruas, 2001: 114).

A respecto de ese asunto, Cogo (1998, 137) observó que: “es preciso sustituir la concepción de hacerse radio popular de estudio, por el deseo e iniciativa de integrarse con movimientos organizados o simplemente con las más diversas manifestaciones o expectativas de la vida y del cotidiano de la comunidad”.

4.6 La regulación jurídica de la radio brasileña

La radio empezó en Brasil en 1922, pero la primera reglamentación fue de 1931; la televisión fue inaugurada en 1950, pero legislación sobre ella solo en 62. En el conjunto de las razones apuntadas como determinantes para la multiplicación de las emisoras comunitarias en Brasil, podemos decir que la

principal es la política de radiodifusión, ejercida por el Gobierno Federal, considerada restrictiva y excluyente, donde prevalece la concesión de canales de radio a políticos de la situación, grupos económicos y religiosos, al mismo tiempo en que dificulta su explotación por los demás segmentos representativos de la sociedad.

Sin embargo, ésta no es una característica específica de la radiodifusión brasileña. Destaca el investigador Antônio Costella, que "hasta hoy, en ningún país del globo, la voz alcanzó las calidades de libertad ya conquistadas por la pluma", observando que desde su institucionalización como medio de comunicación de masa, la radio pasó a ser tratada como cuestión de seguridad nacional, a someterse al control del Estado.

> "Tan pronto la radio dejó de ser un juguete de aficionados para convertirse en realidad actuante, la radiodifusión pasó a ser encarada, por muchos gobiernos, como servicio público. Innúmeros argumentos se alinearon en defensa de ese entendimiento. Así, se afirmó que la radiodifusión ejercía (o venía a ejercer) una función educativa y civilizadora, estando por cima de los intereses individuales. Se añadió que la misión de la radio era dirigida a la colectividad entera, pues ilimitado e imprevisible sería el número de aquellos que se quedaran en la escucha. Finalmente, se corroboró ser impar su situación, y que, en la misma medida en la que se multiplicasen y se volviesen más potentes las emisoras, mayor y más profunda sería su influencia en el medio social. Por cuenta de tales características especialísimas, se concluía que el Estado no podría quedarse apenas contemplando ese fenómeno sorprendente que rayaba al misterio de la magia" (Costella, 1978: 123).

La libertad de transmisión, que marcó el inicio de la radio, fue poco a poco sustituida por el conjunto de mecanismos técnicos y jurídicos, formalizados por el gobernante, para mantenerla bajo su control. Amparada en el argumento de organizar los sistemas de radiodifusión, la legislación pasó a disimular el direccionamiento político y económico que se pretendió dar a la radio. Ante esta constatación, encontramos la necesidad de relacionar los principales factores que determinaron el poderío del Estado sobre la radiodifusión. A través de un abordaje objetivo, sin profundizar el asunto más que lo necesario, buscamos reunir los elementos que posibilitasen comprender el desarrollo de la política de radiodifusión, para posterior correlación con la

política de radiodifusión implementada en Brasil y las propuestas de radiodifusión defendidas por las entidades que integran el Movimiento de las Radios Libres y Comunitarias.

Entendemos ser fundamental para la comprensión de la reglamentación y normatización de la radio, retomar ese proceso, su implantación en Estados Unidos, nación que promovió la institucionalización de la radio como *mass media* y ejerce liderazgo e influencia en el sistema de radiodifusión en Brasil.

Como muy bien ha dicho Sardinha (2004: 28,) el alcance social de la radio y de la televisión traen consecuencias que interesan al Derecho". Por eso, haremos un breve repaso sobre esta área.

Las Constituciones brasileñas, desde la primera (copiada de la americana), de 1891 hasta la presente, de 1988, mantienen la estructura básica de aquélla, como la división tripartita del poder (legislativo, ejecutivo y judiciario, todos independientes y armónicos entre sí), el federalismo (entre políticos autónomos, colocados en tres niveles distintos), el sistema de control recíproco de los poderes políticos, llamado sistema de frenos y contrapesos ("*checks and balancees*"), el "*judicial review*" (el Judiciario puede anular leyes del Congreso y actos administrativos del Ejecutivo) y el debido proceso legal ("*due process of law*"), por el cual el Judiciario, hace ya mucho tiempo, garantiza que nadie será penalizado antes de presentar su defensa.

Nos cuentan Briggs y Burke (2004: 199) que "la primera enmienda, incorporada en una lista de derechos aprobada por el Congreso Americano en 1791, decía que: 'El Congreso no hará ley alguna sobre cualquier establecimiento religioso o que resulte en la prohibición de su libre ejercicio; o que limite la libertad de hablar de las personas o de la prensa'". El lenguaje parecía simple e influyó toda la historia norte-americana subsiguiente, pero el significado que la Enmienda podría traer para alterar las circunstancias fue dejado para los tribunales – y para la discusión pública. Nunca se tenía certeza. El juez Learned Hand afirmaba que "las conclusiones correctas son probablemente sacadas del conjunto de diversos idiomas antes que de cualquier tipo de selección autoritaria"; al mismo tiempo, el juez Oliver Wendell

Holmes introdujo la metáfora “mercado libre de ideas”. La radiodifusión sería tratada diferentemente de la prensa y sujeta a reglamentación. Una de las alegaciones para esa actitud era que, a causa de la escasez de espacio en las ondas de radio, si no hubiese la reglamentación, el “conjunto de diversas voces” sonaría como algarabía.

De acuerdo con el investigador norteamericano Herbert Schiller (1976: 45) desde la introducción de la radio en Estados Unidos la utilización del espectro de la radio ha sido dividida entre el sector privado y el sector gubernamental. Ocurre que el espectro de la radio, la banda de frecuencia utilizada para la transmisión de señales, no soporta un número ilimitado de canales transmitiendo desordenadamente, lo que exigió la formulación de reglas a fin de disciplinar su utilización de forma racional. Ése es el punto-de-partida para el control de las transmisiones de la radio por el Estado.

El problema de las interferencias de las señales electromagnéticas, objeto de discusión desde el inicio de las operaciones con radiotelegrafía, se acentuó con el desarrollo y difusión de las técnicas de radiodifusión, como relata Federico.

> “La frenética busca por los adeptos y curiosos de la radiocomunicación de constituirse en emisores, hizo que en poco tiempo hubiese una sobrecarga del espectro y que se generase un proceso de interferencias, perjudicando las comunicaciones entre las estaciones aficionadas, entre las grandes empresas comerciales y también entre las estaciones costeras y barcos para las cuales era imprescindible la privacidad” (1982: 12).

El empresariado norteamericano había encontrado en la radio un producto extremadamente lucrativo, fuese por la venta de equipos transmisores, receptores o por el montaje y operación de una emisora comercial, a través de la cual promovía sus productos o comercializaba espacios. Dependientes del éxito de la comunicación a través de la radio, pasaron a exigir del congreso, no apenas una nueva ley que viniese a reglamentar las frecuencias y su utilización, sino también limitar el número de estaciones.

Estudios realizados por Fleur y Ball-Rokeach (1993: 12), revelan que en 1923 en Estados Unidos “no solo había más de 500 estaciones grandes, funcionando regularmente, como había aproximadamente 1.400 pequeñas estaciones de potencia muy baja” (1993: 120-121), operando sin cualquier criterio. Con el objetivo de organizar el sistema de transmisión, el Presidente Coolidge firmó en el día 23 de febrero de 1927 a “Radio Act”, que pasó a ser conocida como la “nueva Ley de la radio”, estableciendo que las ondas de radiocomunicación “pueden ser utilizadas por personas particulares apenas con el permiso oficial del gobierno, en una base de licencia por corto plazo”. El gobierno norteamericano creó, también, la Comisión Federal de Radio (Federal Radio Commission- FRC), con la responsabilidad de reglamentar las cuestiones técnicas relativas a la radiodifusión sonora, como: determinar las bandas del espectro para las emisoras y fijar calidades de ingeniería. La Comisión, a su turno, legalizó el conocido como “trusteeship model”, que, posteriormente, sería adoptado en casi todos los países, incluso en Brasil, según el cual “el espectro electromagnético es un bien público y limitado y los radiodifusores son meros usuarios de ese bien cuando operan emisoras debidamente licenciadas por el gobierno” (Almeida, 1993: 13).

En el decir de André Mendes de Almeida,

> “la principal razón que justifica el trusteship model es el hecho del espectro ser un bien limitado, pues solo puede conducir un número determinado de transmisiones de radio. Una emisora de radio FM necesita espacio en el espectro 20 veces mayor que una emisora AM. Ya una transmisión de TV en VHF ocupa espacio 600 veces mayor que la transmisión AM. Por tanto, apenas un cierto número de radiodifusores puede usar el espectro en un mismo momento, bajo pena de interferencia entre transmisiones. La reglamentación de la radiodifusión por el gobierno se vuelve entonces necesaria a fin de evitar el caos en el espectro electromagnético” (1993: 13).

Se resalta que no apenas los medios de comunicación de masa utilizan las ondas, pero también una gama de otros servicios como los órganos de seguridad, aeropuertos, entre otras. Según Sardinha (2004: 127) “la conjunción de la escasez con la necesidad de uso racionalizado justifica el control de uso

de ese bien público y la fiscalización sobre las operadoras de los servicios de radiodifusión".

Por otro lado, es interesante relatar las palabras del Juez Silveira[142] en su Libro "Radios Comunitarias", donde dice que el espectro de radiofrecuencia es un bien de uso común del pueblo (y no del gobierno), que tiene el derecho de usarlo y de él disfrutar, máxime para la implementación de uno de los derechos más fundamentales del hombre: la comunicación. Al gobierno compete, apenas, gerenciar su uso equitativo y adecuado por todos los interesados en utilizarlo (2001: 146).

Preocupados por el rápido desarrollo de la comunicación a través de la radio, los congresistas americanos pasaron a defender un mayor control del Estado sobre la radiodifusión, de forma a abarcar no solo las concesiones, las cuestiones técnicas, como también el contenido de los mensajes. En consecuencia de ese posicionamiento, el Congreso norteamericano formalizó, a través de la Radio Act de 1934, la Comisión Federal de Comunicación (Federal Communications Commission), conocida por la sigla FCC. Además de las atribuciones técnicas y burocráticas, como órgano responsable por el control de la radiodifusión, conducción del proceso de otorga y renovación de licencias y atribución de canales y frecuencias, la Comisión pasó a representar el dominio del poder político sobre los medios de comunicación electrónicos. De acuerdo con André Mendes de Almeida, el gobierno norteamericano "por medio de la FCC, decide quién puede usar ese bien público y limitado" (1993: 15).

En la obra "O direito à informação e as Concessões de Rádio e Televisão", Vera Maria de Oliveira Nusdeo Lopes (1997: 255) explica que para montar una emisora en Estados Unidos es preciso solicitar la licencia para uso de frecuencia vacante en el espectro. La licencia es concedida exclusivamente

---

[142]Fuerte defensor de las radio ilegales. En su libro el Autor intenta de todas las manera defender el uso de las radios piratas en Brasil (dichas comunitaria por él), llegando a decir, por ejemplo que "no siempre lo que es legal es constitucional, o mismo lo más correcto". (pg 145). Pero en ese trecho él se contradice y reconoce que el gobierno es quien deba regularizar el servicio de radiodifusión. Él aún dice que "no tiene la menor lógica - principalmente en un país continental como Brasil, en que solo en el Estado de Minas Gerais hay, actualmete, 853 municipios – la submissión del proceso de autorización de la radiodifusión comunitaria a la aprovoción del congreso nacional" (pg 148).

para ciudadano norteamericano, por hasta 8 años, con derecho a renovación. Destaca la autora que existe una preocupación del gobierno americano, durante el proceso de licitación, de "encorajar" el localismo, dando preferencia a interesados cuyos propietarios estén conprometidos con la gerencia de la estación, tengan residencia en el local alcanzado por la emisora y demuestren conocimiento sobre los intereses y problemas locales.

Los legisladores buscaron, mientras, limitar la propiedad de medios de radiodifusión, con el objetivo de dificultar la constitución de monopolios. Se trata, sin embargo, de una norma que está en constante alteración, siendo que la más reciente ocurrió con el Telecommunications Act, de 1996. Determina que cada persona o empresa "no puede tener más de 12 estaciones de TV (VHF y UHF), 12 emisoras de radio AM y 12 en FM. Es la regla conocida como 12-12-12" (Mendes, 1996: 91).

Analizando de forma crítica la legislación norteamericana de radio, el periodista y profesor Sebastião Squirra constató que la "objetividad del sistema americano refleja fragilidad estructural en lo que concierne al servicio de un principio básico de la democracia: el del derecho de expresión igual para todos. En Estados Unidos, las minorías religiosas, políticas, raciales y culturales, no son, en general, atendidas por el sistema" (1995: 48). Una de las principales barreras encontradas por algunos sectores de la sociedad norteamericana para lograr una concesión de radio es de orden económico. Por la legislación, una vez aprobado en el ámbito político, el aspirante a tener un canal de radiodifusión americano debe cumplir una serie de exigencias, que dependen directamente de la condición financiera. Compite a los aspirantes a una nueva estación, complementa Squirra:

> "Demostrar recursos suficientes para construir y operar la estación por un período mínimo de noventa días, asumiendo, así, que la empresa tenga condiciones de autosustentarse en ese tiempo, aun sin vender ningún espacio para la publicidad. Sin embargo, la simple comprobación de recursos económicos saludables no habilita un competidor frente a otro que demuestre menos aliento financiero (...) Los concurrentes también deberán demostrar que tienen condiciones de atender a todas las normas técnicas determinadas por la Comisión, como, por ejemplo, el uso de equipos de transmisión aprobados y/o

indicados por la FCC, que operan dentro de potencias predeterminadas" (1995: 51).

En consecuencia de esos principios reglamentadores, la radiodifusión norteamericana se destaca por la concentración de emisoras entre grupos empresariales y financieros y por la formación de grandes redes nacionales.

La Ley de la radio, creada y perfeccionada por los norteamericanos, más que un conjunto de normas jurídicas y procedimientos técnicos, pasó a significar un procedimiento padrón internacional de administración y control del espectro electromagnético, sirviendo de referencia para decenas de países, incluso en la construcción de la legislación internacional para el sector. De un modo general, afirma Amaral Vieira, en todos los países el control estatal de medios de comunicación se da a través de la legislación política:

> "Regulando la propiedad de medios de producción de la comunicación, los canales, explotándolos directamente o estableciendo criterios para la concesión de su exploración por grupos privados; mediante la legislación civil, regulando la constitución, registro y funcionamiento de la empresa productora de información, estableciendo penas al infractor, las cuales comprenden multa, suspensión del vehículo, privación de libertad del agente, anulación de la concesión de exploración de canal - en los casos de los medios audiovisuales" (1984: 53-62).

La exploración de la radiodifusión se encuentra estructurada alrededor de tres sistemas: sistema estatal, donde organismos del Estado son responsables por la exploración de radio y televisión; sistema mixto, cuya característica es la exploración de medios por instituciones del Estado y por empresas privadas, mediante concesión (como es el caso de Brasil) y sistema privado, donde no hay la presencia de operadores públicos (padrón adoptado en Luxemburgo). Resalta Vera Maria Nusdeo Lopes (1997: 221), que la exploración de canales de radiodifusión siempre ocurrirá mediante la presencia del Estado, en la medida en que la "exploración del espacio electromagnético pura y simplemente por el interesado es inviable. Siempre hay formas variadas de concesiones públicas determinando la frecuencia en la que podrá ser hecha la transmisión por el particular". En los sistemas mixtos y privados, predomina la explotación comercial de la radio, a procura de lucro.

4.6.1. La trayectoria normativa de la radiodifusión brasileña

La trayectoria histórica del sistema normativo de la radiodifusión brasileña muchas veces recuerda la norteamericana. La opinión es de André Mendes de Almeida, al destacar que la primera iniciativa del gobierno brasileño en reglamentar la utilización de las ondas electromagnéticas ocurrió el día 10 de julio de 1917, a través del Decreto 3.296, que reguló los servicios de telegrafía y radiotelegrafía.

> "El decreto establecía la capacidad exclusiva del gobierno federal sobre esos servicios, clasificados como públicos. A pesar del control gubernamental, las empresas privadas pudieron operar telégrafos y radiotelégrafos mediante licencia" (1993: 13).

El 05 de noviembre de 1924, el gobierno bajó el Decreto nº 16.657, homologando el Reglamento para los Servicios de Radiotelegrafía y Radiotelefonía, fijando las normas para la exploración de los servicios de radiocomunicación en el país, a ser implementadas por el Ministerio de la Aviación y Obras Públicas, a través del Departamento general de Correos y Telégrafos (Santiago, 2002: 16).

Posteriormente, tomando por base la legislación norteamericana, estableció el 27 de mayo de 1931, a través del Decreto no 20.047, las primeras normas específicas al control de la radiodifusión, con el objetivo de contener la proliferación de emisoras por todo el país y promover la calificación de las existentes.

> "El nuevo diploma estableció normas reguladoras de la ejecución de los servicios de radiocomunicación en el territorio nacional, habiendo sido reglamentado por el Decreto N.° 21.111, de primero de marzo de 1932" (Lopes, 1970: 82).

De acuerdo con las normas, la radio "es un privilegio exclusivo del Estado, que lo explotará para fines de utilidad pública. Mientras, a título precario, son concedidas licencias a particulares para la explotación de canales

comerciales, bajo régimen de Inspección y fiscalización permanentes". Es lo que revela el investigador Mauro de Almeida, al calificar el criterio para la concesión de los canales de "arbitrario", por prevalecer "fuertemente los intereses políticos" (1971: 44). También a través del decreto 21.111, el gobierno clasificó el servicio de radiodifusión como de "interés nacional y de finalidad educativa", concedió a la radio la autorización para la publicidad y creó la Comisión Técnica de Radio (CTR), con la misión de fiscalizar las emisoras.

Con el objetivo de debatir y perfeccionar la nueva legislación, los concesionarios de radiodifusión del Estado de São Paulo se organizaron y, el 12 de junio de 1934, fundaron la Federación Paulista de las Sociedades de Radio. En la reunión, fue establecido el "Código de Principios" de la entidad, que serviría de base para el Código de Ética de la Radiodifusión Brasileña. Aún en 1934, nuevos decretos gubernamentales disponían sobre la concesión y ejecución de los servicios de radiodifusión, que serían complementadas en 1936, como la fijación de normas para las transmisiones, a través de ondas cortas (OC) y tropicales (OT).

Seis meses después de asumir la Presidencia de la República, el día 19 de julio de 1951, Getulio Vargas desagradó a los radiodifusores brasileños, al promulgar el Decreto N.° 29.783 alterando algunos dispositivos del Reglamento, aprobado por el Decreto N.° 21.111. A través de las nuevas reglas, el gobierno legalizaba el plazo de 10 años para concesión o permiso de explotación de los servicios de radiodifusión; sin embargo, se reservaba el derecho de reverlas de tres en tres años, pudiendo derogarlas en cualquier tiempo. En la interpretación de Saint-Clair Lopes, ese acto de Getúlio "representaba el golpe de muerte para la radiodifusión brasileña, que quedaba a entera disposición del poder concedente". Por otro lado, mientras mantenía sobre control las concesiones ya distribuidas, "premiaba a sus correligionarios con concesiones y permisos, desordenadamente, por interés político apenas, congestionando el espectro, sin ningún criterio técnico", revela Saint-Clair (1970: 83).

A pesar de sufrir varias alteraciones, la base normativa de la radiodifusión, impuesta por los Decretos 20.047 y 21.111 (después de

sobrevivir a las Constituciones de 1934, 1937 y 1946) sólo recibió una nueva lectura treinta años después, con la promulgación el 27 de agosto de 1962, de la Ley nº 4.117, introduciendo el CBT, Código Brasileño de Telecomunicaciones.

Santiago (2002: 33) nos dice que "la participación de los concesionarios de radiodifusión en la aprobación del Código Brasileño de Telecomunicaciones fue decisiva. La ley, después de nueve años de debates y sucesivas modificaciones en la Cámara de los Diputados y en el Senado, fue enviada al Presidente de la República, João Goulart, para ser sancionada". El Presidente, según Santiago, se recusó a firmar, vetando 52 artículos. Descontentos con la decisión, los radiodifusores convencieron al Congreso a derrumbar los vetos presidenciales y promulgar la ley en su formato original. Fortalecidos con el episodio, reunidos en el Hotel Nacional de Brasilia, bajo el liderazgo de João Medeiros Calmon, director general de los Diarios y Emisoras Asociados, los concesionarios de radiodifusión decidieron organizar una entidad representativa.

> "Es como fue fundada el 27 de noviembre de 1962 la Asociación Brasileña de Emisoras de Radio y Televisión (ABERT), cuya acta de constitución fue firmada por 172 emisoras, entre las cuales se situaron las de mayor potencia y la totalidad de las estaciones de televisión existentes en el país" (Lopes, 1970: 86).

Con el Código Brasileño de Telecomunicaciones en vigor, por primera vez en la historia de la radiodifusión brasileña, la concesión de canal de radio dejó de ser una prerrogativa del Presidente de la República, pasando a ser una atribución del Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

Pero tanto el Código cuanto el Consejo Nacional de Telecomunicaciones tuvieron un corto período de vigencia, en razón del golpe militar de 1964. Asumiendo el control total de medios de comunicación, el gobierno del Mariscal Humberto de Alencar Castelo Branco restringió por medio del Decreto n° 236, de 26 de febrero de 1967, varias conquistas alcanzadas en la radiodifusión, a través del Código de 1962, como relata Mário Sampaio:

> "Impuso un serio control de los vehículos de comunicación y estableció puniciones para las emisoras infractoras de la ley, culminando con la anulación

de licencias de funcionamiento. En adición a los dispositivos del Decreto n° 236, surgieron nuevos medios legales para aumentar el control de medios de comunicación. Ejemplos de eso: la Ley de Prensa, la Ley de la Seguridad Nacional y por fin el Acto Institucional nº 5" (1984: 150).

Continúa diciendo Santiago (2002: 42) que en 1967, a través del decreto de n° 200, firmado el día 25 de Febrero, el Gobierno Militar estableció una reforma administrativa federal con el objetivo de centralizar el sistema nacional de comunicaciones, bajo la supervisión directa del Estado. Creó el Ministerio de las Comunicaciones, redujo las atribuciones del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONTEL) y transformó el Departamento Nacional de Telecomunicaciones en el órgano central del nuevo ministerio" (Vampré, 1979: 151). El área específica de radiodifusión permaneció reglamentada, a través de los dispositivos previstos en el Decreto 52.795, de 31 de octubre de 1963

"En la década de 70, el gobierno militar promovió una serie de acciones con el objetivo de reorganizar, ampliar la radiodifusión y recobrar su sector industrial. En 1972, a través del Decreto nº 70.568, creó el Departamento Nacional de Telecomunicaciones (DENTEL), atribuyéndole las funciones normativa y fiscalizadora de los sistemas de radiodifusión. Con la apertura política y, posteriormente, el fin del régimen militar, la expectativa de cambio en la política de radiodifusión acabó no concretándose, prevaleciendo las directrices establecidas por el presidente João Figueiredo e implementadas por el presidente José Sarney, aunque varias alteraciones administrativas y normativas hayan ocurrido en los gobiernos Collor de Mello, Itamar Franco y Fernando Henrique Cardoso" (Santiago, 2002: 44).

En 1990, el Ministerio de las Comunicaciones fue extinguido, seguido por la creación de la Secretaría Nacional de Comunicaciones, vinculada al Ministerio de la Infraestructura. En 1992, ocurrió la rehabilitación del Ministerio de las Comunicaciones, a través de la Ley 8.490, de 19 de noviembre, que le atribuyó la administración, otorga, control y fiscalización de la utilización del espectro de radiofrecuencia. El año de 1997 marcó el fin del predominio del Código Brasileño de Telecomunicaciones en el área de la comunicación electrónica, con la publicación el 16 de julio de la Ley nº 9.472, la Ley General de las Telecomunicaciones. Ya en 1998, la gran novedad fue la Ley 9.612, de 19 de febrero, que instituye el Servicio de Radiodifusión. Comunitaria.

4.7. La regulación jurídica de la radio comunitaria

Ante la legislación brasileña, el Servicio de Radiodifusión Comunitaria fue creado por la Ley 9.612, de 1998, reglamentada por el Decreto 2.615 del mismo año. Se trata de radiodifusión sonora, en frecuencia modulada (FM), de baja potencia (25 Watts). Pueden explorar ese servicio solamente asociaciones y fundaciones comunitarias sin fines lucrativos, con sede en la localidad de la prestación del servicio. Las estaciones de radio comunitarias deben tener una programación pluralista, sin cualquier tipo de censura, y deben ser abiertas a la expresión de todos los habitantes de la región atendida.

En la página WEB del Ministerio de la Comunicación[143] brasileño podemos encontrar definiciones, y explicaciones de cómo y quién puede operar una radio comunitaria en Brasil. Para el Ministerio de las Comunicaciones, radio comunitaria es un tipo especial de emisora de radio FM, de alcance limitado a, no máximo, 1 Km. de su antena transmisora, creada para proporcionar información, cultura, entretenimiento y ocio a pequeñas comunidades. "se trata de una pequeña estación de radio, que dará condiciones a la comunidad de tener un canal de comunicación enteramente dedicado a ella, abriendo oportunidad para divulgación de sus ideas, manifestaciones culturales, tradiciones y hábitos sociales. La radio comunitaria debe divulgar la cultura, el convivo social y eventos locales; noticiar los acontecimientos comunitarios y de utilidad pública; promover actividades educacionales y otras para la mejoría de las condiciones de vida de la población". Una radio comunitaria, según la página WEB, no puede tener fines lucrativos ni vínculos de cualquier tipo, tales como: partidos políticos, instituciones religiosas etc.

Sobre cómo debe ser la programación de una radio comunitaria, el Ministerio relata que la programación diaria de una emisora comunitaria debe

[143] www.mc.gov.br

contener información, ocio, manifestaciones culturales, artísticas, folklóricas y todo aquello que pueda aportar para el desarrollo de la comunidad, sin discriminación de raza, religión, sexo, convicciones político-partidarias y condiciones sociales. “Debe respetar siempre los valores éticos y sociales de la persona y de la familia y dar oportunidad a la manifestación de las diferentes opiniones sobre el mismo asunto. Es prohibido a una radio comunitaria utilizar la programación de cualquier otra emisora simultáneamente, excepto cuando haya expresa determinación del Gobierno Federal”. En el sitio WEB, el ministerio advierte que no puede, en hipótesis alguna, inserir propaganda comercial, sino bajo la forma de apoyo cultural, de establecimientos localizados en su área de cobertura.

Es interesante relatar el apartado que explica que solamente las fundaciones y las asociaciones comunitarias sin fines lucrativos, legalmente constituidas y registradas, con sede en la comunidad en la que pretenden prestar el servicio, cuyos dirigentes sean brasileños natos o naturalizados hace más de diez años, mayores de 18 años, residentes y domiciliados en la comunidad pueden candidatarse para obtener una licencia de radio comunitaria. En este caso, la fundación / asociación candidata a prestar servicio de radio comunitaria, no deberá, de forma alguna, tener ligación de cualquier tipo y naturaleza con otras instituciones.

Fundaciones / asociaciones que ya estén prestando servicios de radiodifusión o que tengan vínculos, de cualquier naturaleza, con otras empresas que presten tales servicios no pueden candidatarse para obtener la licencia de emisión así como también fundaciones / asociaciones que tengan vínculo, de cualquier naturaleza, con partidos políticos, instituciones religiosas, sindicatos etc.

En el sitio también podemos obtener informaciones a respecto de como lograr la autorización.

> “La entidad candidata a obtener una autorización para radio comunitaria, deberá llenar y encaminar el “formulario de demostración de interés” firmado por su representante legal. El encaminamiento deberá ser hecho para la sede del Ministerio de las Comunicaciones, en Brasilia. Caso haya canal (frecuencia)

disponible para la localidad de interés, el Ministerio de las Comunicaciones publicará, en el Diario Oficial de la Unión (Boletín Oficial del Estado), Aviso de Inscripción de Habilitación. Cualquier entidad interesada en participar de la Inscripción de Habilitación para las localidades relacionadas en AVISO publicado en el Diario Oficial de la Unión, vendrá a entregar, dentro del plazo establecido en esa Aviso, los documentos exigidos".

Junto a esta información el Ministerio hace las siguientes observaciones:

- La autorización para ejecución del servicio de radio comunitaria será concedida por 10 años, pudiendo ser renovada por igual período.
- Cada entidad podrá recibir apenas una autorización para ejecución del servicio, siendo prohibida su transferencia.

Y aún hace algunos resguardos a las entidades que ya poseen la licencia:

- La estación de radio comunitaria deberá operar con potencia de transmisión irradiada máxima de 25 watts.
- La estación de radio comunitaria deberá operar en FM, en la frecuencia indicada en la portería de autorización expedida por el Ministerio de las Comunicaciones.
- El equipo transmisor vendrá a estar, obligatoriamente certificado por la Anatel, específicamente para el servicio de radio comunitaria y con potencia máxima de salida de 25 watts.
- Las radios comunitarias deben obedecer estrictamente al establecido en la legislación vigente.

Sobre las sanciones y penalidades, el sitio WEB advierte que "el no cumplimiento de las normas sobre instalación, programación, administración y transmisión de una radio comunitaria es punido con advertencia, multa y hasta pérdida de la autorización". La advertencia mayor se hace en relación a la radiodifusión ilegal:

"ATENCIÓN: RADIODIFUSIÓN ILEGAL ES CRIMEN FEDERAL**.** La instalación y funcionamiento de estación de radio, sin la debida autorización, es crimen Federal, punido con prisión de los responsables y aprehensión de los equipos. Esa penalidad es aplicada no solamente al propietario de la estación clandestina,

> como también a todos aquéllos que, directa o indirectamente, estén ligados a esa actividad ilegal (instaladores, vendedores y fabricantes de equipos, anunciantes etc.)".

Como vemos, las emisoras consideradas legalmente como "radios comunitarias" en Brasil fueron definidas en 1998 por la ley 9.612, reglamentada por el decreto 2.615, del mismo año. De acuerdo con el texto de la ley, la Radiodifusión Comunitaria, también llamada de RadCom, es "un servicio de radiodifusión sonora, con baja potencia y con cobertura restricta, otorgado a asociaciones comunitarias y sin fines lucrativos". O sea, son estaciones de radio que transmiten informaciones, servicios y promueven la integración en las comunidades.

El secretario general de la Federación Nacional de los Periodistas (Fenaj) y coordinador del Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación (FNDC), Celso Augusto Schroder[144,] entretanto, considera que, a pesar de la ley de RadCom haber surgido desde el FNDC, un movimiento creado en 1991 por entidades de la sociedad para discutir la comunicación en Brasil, atiende básicamente "a los intereses de las grandes radios y de los grandes propietarios de medios de comunicación en Brasil". Recuerda que la idea de reglamentación de las radios comunitarias tenía el objetivo de protegerlas. Sin embargo, "la ley viene restrictiva" y, por ejemplo, el "alcance de las radios comunitarias fue muy limitado y muy disminuido en su potencialidad". Así, según Schroder, la función de "proporcionar voz a las comunidades" e incentivar la producción cultural no es correspondida por el modelo de RadCom instalado por la ley.

El coordinador jurídico de la Asociación Brasileña de Radiodifusión Comunitaria (Abraço), Joaquim Carvalho, también ha dicho que esa legislación no representa la realidad de las radios en Brasil. Entre las críticas, la Abraço (que hace parte del FNDC) no esta de acuerdo con la delimitación de un único o de pocos canales de frecuencia en FM para las radios. "Las radios comunitarias tienen que ser libres y puestas en todo el dial, independiente de un número único de canal, conforme la necesidad de cada comunidad", dice

[144] Disponible en: Leis permitem prisão de responsáveis por rádios sem licença. Fuente: Agência Brasil - http://www.aesp.org.br/noticias_2005_02_17.asp

Carvalho. Añade que, además de ampliar el espacio para que más radios funcionasen, el aumento de canales evitaría la interferencia entre radios en municipios próximos o hasta en una misma ciudad.

El límite de alcance de las radios (un kilómetro de radio) y la restricción de la potencia a 25 watts – artículo 6 5 del Decreto nº 2.615/98, respectivamente – son otras restricciones criticadas por la Abraço. Joaquim Carvalho comprende qué ese radio de alcance debe ser ampliado, así como el límite de potencia. "No hay condiciones en los municipios mayores de conseguir mantener potencia de 25 watts para atender cualquier comunidad", afirma. Explica que en la ciudad de São Paulo, por ejemplo, esa potencia no atiende a una cuadra siquiera.

En Brasil la radiodifusión comunitaria representa una posibilidad de corrección del curso de la comunicación de masa, que, en la entrada del siglo veintiuno, aún mantiene según Santiago (2002: 73), “un setenta por ciento de los municipios privados de cualquier servicio de radiodifusión local”. Para tener una idea de nuestro atraso en el campo de radiodifusión comunitaria, continua Santiago, en 1997, año en el que el Palacio del Planalto encaminó al Legislativo su proyecto de ley reglamentando el Servicio de Radiodifusión Comunitaria, “Colombia festejaba el cincuentenario de la radiodifusión comunitaria en América Latina”, resalta el periodista Nivaldo Manzano, director-ejecutivo de la Asociación Nacional de las Radios Comunitarias.

> “En años más recientes, la Argentina cuidó de reglamentar el servicio, de la misma forma que Chile, sin hablar de otros países, como Guatemala o Perú, donde el servicio funciona hace algunas décadas sin reglamentación alguna. En resumen, la radiodifusión comunitaria acabó siendo acogida con entusiasmo por una centena de países, por las razones obvias de la necesidad de comunicación a distancia a bajo costo (cerca de US$ 7,0 mil por estación completa) y de las condiciones educacionales y culturales de sus habitantes, en general desprovistos del hábito de la lectura o analfabetos” (1996: 3).

La radiodifusión comunitaria surgió, como todo hecho social, antes de la norma jurídica. Sin embargo, hoy, es un hecho jurídico, cuyos efectos legales ya prosperan, de manera que esa contradictoria postura de algunos miembros del Ministerio Público Federal viene siendo calificada como no sana y hasta

omisa y estaría huyendo de su deber constitucional de defender los intereses de la sociedad y del propio régimen democrático.

Rosemary Sou Mayor, vice presidente de la Asociación del Ministerio Público Federal de Pernambuco, cree que la lucha por la aprobación de la ley de las radios comunitarias fue una victoria popular, pues habría sido el resultado de la organización de la sociedad. Y, aunque este diploma presente limitaciones, habría atendido a intereses de la radiodifusión comunitaria en Brasil (Neto, 2002: 102).

Para Neto (2002: 102) “los miembros del Ministerio Público estadual, en su óptica sobre la nueva Ley, enfrentarán un desafío más: el deber funcional de promover orientación y fiscalización de las emisoras de radiodifusión comunitaria, en la medida en la que las mismas se revestirán de estatutos en la forma de fundaciones o de asociaciones, en carácter exclusivamente comunitario y sin fines lucrativos”.

Coelho Neto (2002: 103) cree que con la actuación ministerial viabilizará la defensa social y el desarrollo de las radios que genuinamente brotaron del pueblo organizado, excluyendo por otro lado del proceso de democratización de medios de comunicación las radios oportunistas y disfrazadas de comunitarias.

El primer paso en el proceso de reglamentación de las emisoras comunitarias en Brasil ocurrió el 4 de junio de 1995, con la realización en la Cámara Municipal de São Paulo del Primer Encuentro de Radios Libres y Comunitarias del Estado de São Paulo[145], una iniciativa del Foro Democracia en la Comunicación. Durante el encuentro, que reunió representantes de 159 emisoras, el gobierno demostró la intención de reglamentar las radios comunitarias. La diputada Irma Passoni, asesora intergubernamental y parlamentaria del Minicom, anunció que un anteproyecto estaba siendo analizado por el secretario de Servicios de Comunicación, Renato Navarro Guerreiro y por el entonces ministro de las Comunicaciones, Sérgio Motta. El

[145] En realidad, este era el nombre del encuentro, pero se trataba de un encuentro de radios ilegales.

encuentro terminó con la divulgación de la "Carta de São Paulo", reuniendo las propuestas aprobadas, entre las cuales se destacan:

> Licencia - Reivindicación básica de que todas las emisoras no autorizadas existentes en el país reciban un Título Provisorio de funcionamiento hasta la reglamentación oficialmente programada, siendo el mismo Título conferido a las emisoras que se instalen hasta la reglamentación;
>
> Publicidad - Las emisoras comunitarias podrán comercializar intervalos de su programación, de hasta 15 minutos por hora, respetada la legislación fiscal vigente. Empresas públicas y privadas con sede fuera del área de cobertura de las emisoras, podrán participar del soporte publicitario, a través de apoyos culturales o sociales;
>
> Datos Técnicos - Las radios libres y comunitarias deben tener potencia máxima de hasta 50 (cincuenta) watts. El desvío máximo permitido será de 75 (setenta cinco) Khz. El contorno protegido debe ser de 2000 (dos mil) metros, en 66 (sesenta seis) dBu. No deberá haber limitaciones para la altura de la torre. Debe ser permitido el uso de antenas especiales, en situaciones topográficas y urbanas adversas[146].

En respuesta a la "Carta de São Paulo" y a la presión de los concesionarios de radiodifusión del Estado de São Paulo, el Ministerio de las Comunicaciones divulgó su propuesta de Reglamentación del Servicio de Radiodifusión Comunitaria:

> "La propuesta se presenta como una versión preliminar, válida por un año, después de lo que haremos nueva evaluación, y cubrirá, apenas, el uso de la banda de Frecuencia Modulada. Procura crear espacios para la comunidad interesada en la práctica de estaciones de radiodifusión de baja potencia, semejante a lo que ya se hizo en otros países, minimizando, con esto, la piratería"[147].

Por la propuesta del Ministerio de las Comunicaciones, podrán explotar la radiodifusión comunitaria instituciones sin fines lucrativos, con la supervisión de un Consejo Comunitario compuesto por cinco miembros electos

[146] CARTA pede licença provisória às piratas. Jornal da AESP, São Paulo: AESP, n.139, p. 25, agosto 1995.
[147] A PROPOSTA do Minicom para a radiodifusão comunitária. Jornal da AESP, São Paulo : AESP, n. 139, p. 26, ago.1995.

individualmente dentro de la comunidad cubierta por la emisora, limitada a un área máxima de 400 metros:

> a) las potencias que podrán ser usadas en las estaciones son pequeñas, de forma que el radio de cobertura de las estaciones sea de 400 metros, significando una cobertura aproximada de un barrio, en una ciudad común, relativamente plana.

Convocados por la AESP, los concesionarios de radio se reunieron en Aguas de Lindóia, de 22 a 24 de septiembre de 1995, en el Décimo primero Congreso de Radiodifusión del Estado de São Paulo. Al final del encuentro, divulgaron la “Carta de Aguas de Lindóia”, condenando lo que denominan de “radio pirata”, no escondiendo la preocupación con el proceso de legalización en curso:

> “Caso lleguen a ser reconocidas tales “radios piratas”, como es pretendido por algunos segmentos de nuestra sociedad y de la forma en que tenemos conocimiento, vendrán a afluir, desmoralizar y desmotivar al empresario serio que tiene en la radiodifusión su razón de vivir y sobrevivir. (Santiago, 2002: 127)

Datos extraoficiales, nos informa Santiago, indican que en marzo de 1996 operaban en el país 3 mil radios libres o comunitarias, siendo 2 mil sólo en el Estado y 1,5 mil en la Gran São Paulo.

> “El aumento en el número de emisoras no reglamentadas colocó el gobierno en una situación incómoda. Entre críticas de los concesionarios de radio y del movimiento de las radios comunitarias, el Gobierno Federal, a través del Ministerio de las Comunicaciones, encaminó su propuesta de reglamentación de la radiodifusión comunitaria para la Cámara Federal, donde ya se tramitaban tres proyectos análogos, de autoría de los diputados Franco Montoro, Fernando Gabeira y Arnaldo Haría de Sá” (Santiago, 2002: 129).

De los tres, acabó prevaleciendo el proyecto de Ley nº 1.521, de autoría del Diputado Arnaldo Haría de Sá, presentado en la Cámara el día 14 de febrero de 1996. El proyecto, que se volvería conocido como “1521/96”, proponía la reglamentación de radio comunitaria con una potencia máxima de 50 watts y TV comunitaria con 150 watts de potencia, además de la posibilidad

de la comercialización del espacio en la programación, con el objetivo de obtener recursos para mantenimiento y desarrollo de la emisora.

Con el gobierno asumiendo la responsabilidad de llevar adelante políticamente el proceso de reglamentación de la radiodifusión comunitaria, los concesionarios, que hasta entonces exigían a cualquier costo el cierre de las emisoras aún no reglamentadas, señalaron la posibilidad de apoyar el proceso, desde que mantenidas sus restricciones al proyecto original.

> "La Abert - Asociación Brasileña de Emisoras de Radio y Televisión- hasta se muestra a favor de la legalización de las radios comunitarias, o "piratas", desde que ellas no excedan la potencia máxima de 10 Watts y no comercialicen sus productos"[148].

En el Congreso Nacional el proyecto sólo empezó a tramitarse cuando los parlamentares empeñados en la reglamentación de la radiodifusión comunitaria, concordaron con la presentación de un proyecto específico para la radio, dejando fuera la televisión comunitaria. Teniendo como relator el diputado Edson Queiroz, el sustitutivo al Proyecto de Ley nº 1.521/96 establece que la radio comunitaria deberá operar en frecuencia modulada, en una única banda de frecuencia en todo el país, con potencia máxima de 25 Watts.

> "El referido proyecto establece que el Servicio de Radiodifusión Comunitaria será ejecutado en la banda de frecuencia modulada, con cobertura destinada al servicio de determinada comunidad de un barrio y/o villa y con baja potencia, esto es, aquella limitada a un máximo de 25 watts ERP y altura del sistema irradiante no superior a treinta metros"[149].

Aprobado por la Cámara de los Diputados en diciembre de 1997, el proyecto instituyendo el Servicio de Radiodifusión Comunitaria (RadCom) se encontraba en fase final de tramitación en la Comisión de Educación del Senado, cuando el Ministerio de las Comunicaciones presentó un balance de sus actividades realizadas contra las radios no reglamentadas.

---

[148] ABERT defende a criação de rádios comunitárias. Jornal da AESP, São Paulo: Aesp, n.147, p.20, set. 1996.
[149] MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. Rádio Comunitária. Informe n.9, janeiro de 1998. En Satiago, 2002: 56.

"En el período entre las primeras solicitaciones de instalación de estaciones del Servicio a ser creado hasta la presente fecha, el Ministerio de las Comunicaciones, por iniciativa propia o por provocación de terceros, mediante denuncias, realizó 1.956 lacres/aprensiones de estaciones clandestinas. De este total, 300 ocurrieron en 1995, 720 en 1996 y 936 en 1997"[150].

El 19 de febrero de 1998, el Congreso aprobó la Ley nº 9.612, instituyendo el Servicio de Radiodifusión Comunitaria (RadCom). Sancionada por el presidente Fernando Henrique Cardoso, la "Ley de las Comunitarias", define el RadCom como un servicio de Radiodifusión sonora de baja potencia y con cobertura restricta, para ser ejecutado por fundaciones y asociaciones comunitarias sin fines lucrativos, con sede en la localidad de prestación del Servicio:

Art. 1º se denomina Servicio de Radiodifusión Comunitaria la radiodifusión sonora, en frecuencia modulada, operada en baja potencia y cobertura restricta, otorgada a fundaciones y asociaciones comunitarias, sin fines lucrativos, con sede en la localidad de prestación del servicio.

§ 1º se entiende por baja potencia el servicio de radiodifusión prestado a la comunidad, con potencia limitada a un máximo de 25 watts ERP y altura del sistema irradiante no superior a treinta metros.

§ 2º se entiende por cobertura restricta aquélla destinada al servicio de determinada comunidad de un barrio y/o villa.

De acuerdo con la legislación, la radio comunitaria deberá priorizar programas educativos, culturales e informativos. No podrá haber discriminación de raza, sexo, religión, preferencias sexuales y convicciones políticas. La ley prohibe la formación de cadenas en la explotación de los servicios comunitarios, excepto en situaciones de guerra, calamidad pública, epidemias y transmisiones obligatorias de los tres poderes. Por otro lado, busca asegurar la pluralidad de opinión y el acceso de todos los segmentos y todos los ciudadanos a las emisoras:

Art. 3º el Servicio de Radiodifusión Comunitaria tiene por finalidad el servicio a la comunidad beneficiada, con vistas a:

---

[150] MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. Rádio Comunitária. Informe n.9, janeiro de 1998. En Satiago, 2002: 56.

I - dar oportunidad a la difusión de ideas, elementos de cultura, tradiciones y hábitos sociales de la comunidad;

II- ofrecer mecanismos a la formación e integración de la comunidad, estimulando el ocio, la cultura y la convivencia social;

III - prestar servicios de utilidad pública, integrándose a los servicios de defensa civil, siempre que sea necesario;

IV - contribuir para el perfeccionamiento profesional en las áreas de actuación de los periodistas de la radio, de conformidad con la legislación profesional vigente;

V - permitir la capacitación de los ciudadanos en el ejercicio del derecho de expresión de la forma más accesible posible.

Art. 4:

§ 1º. Es vedado el proselitismo de cualquier naturaleza en la programación de las emisoras de radiodifusión comunitaria.

§ 2º. Las programaciones opinativas e informativas observarán los principios de la pluralidad de opinión y de versión simultánea en materias polémicas, divulgando siempre las diferentes interpretaciones relativas a los hechos noticiados.

§ 3º. Cualquier ciudadano de la comunidad beneficiada tendrá derecho a emitir opiniones sobre cualesquiera asuntos abordados en la programación de la emisora, bien como manifestar ideas, propuestas, sugerencias o reclamaciones, debiendo observar apenas el momento adecuado de la programación para hacerlo, mediante pedido encaminado a la Dirección responsable por la Radio Comunitaria.

A través del artículo quinto, la legislación determina que todas las emisoras de radiodifusión comunitaria deberán utilizar un único canal, en frecuencia modulada:

Art. 5º. El Poder Concedente designará, en nivel nacional, para utilización del Servicio de Radiodifusión Comunitaria, un único y específico canal en la banda de frecuencia del servicio de radiodifusión sonora en frecuencia modulada.

Párrafo único. En caso de manifiesta imposibilidad técnica en cuanto al uso de ese canal en determinada región, será indicado, en sustitución, canal alternativo, para utilización exclusiva en esa región.

La ley 9.612 preveía un período de tres años para la explotación de los servicios de radiodifusión comunitaria, pero este artículo fue cambiado por la ley número 10.597 de 11 de diciembre de 2002 que pasó a establecer un período de diez años para la explotación del Servicio de Radiodifusión Comunitaria, con posibilidad de renovación por igual período:

> Art. 6º. Compete al Poder Concedente otorgar a la entidad interesada autorización para explotación del Servicio de Radiodifusión Comunitaria, observados los procedimientos establecidos en esta Ley y normas reguladoras de las condiciones de exploración del Servicio.
>
> Párrafo único. La otorga tendrá validez de diez años, permitida la renovación por igual período, si cumplidas las exigencias de esta Ley y demás disposiciones legales vigentes.

Sobre la concesión y el permiso de servicios públicos, el art. 175 estatuye: "Incumbe al Poder Público, en la forma de la ley, directamente o bajo régimen de concesión o permiso, siempre a través de licitación, a plazos de servicios públicos".

El dicho precepto, en su párrafo único, establece que:

> Art. 175 - Incumbe al poder público, en la forma de la ley, directamente o bajo régimen de concesión o permiso, siempre a través de licitación, a plazos de servicios públicos.
>
> Párrafo único - La ley dispondrá sobre:
>
> I - el régimen de las empresas concesionarias y permisionarias de servicios públicos, el carácter especial de su contrato y de su prórroga, bien como las condiciones de caducidad, fiscalización y rescisión de la concesión o permiso;
>
> II - los derechos de los usuarios;
>
> III - política arancelaria;
>
> IV - el deber de mantener servicio adecuado.

Conforme se desprende de la redacción del inciso XII de los arts. 48 y 49 y de los párrafos 1º, 2º y 3º del art. 223 de la Constitución Federal, existe control por parte del Congreso Nacional sobre las otorgas de radiodifusión.

El constituyente originario puso el Poder Legislativo en significante papel en lo tocante a las otorgas de los servicios de radiodifusión, una vez que estableció, en la CF/88, art. 48, inciso XII:

> Art. 48 - Cabe al Congreso Nacional, con la sanción del Presidente de la República, no exigida ésta para lo especificado en los arts. 49, 51 52, disponer sobre todas las materias de capacidad de la Unión, especialmente sobre:
>
> (...)
>
> XII - telecomunicaciones y radiodifusión;

El art. 49 de la CF/88 dispone:

> Art. 49 - Es de la capacidad exclusiva del Congreso Nacional:
>
> (...)
>
> XII - apreciar los actos de concesión y renovación de concesión de emisoras de radio y televisión;

Sardinha (2004: 192-193) nos alerta que es de mencionar, aun, la actuación del Poder judicial en importantes decisiones emitidas por el STJ, las cuales afirman entendimiento sobre la necesidad de autorización de la Unión para la exploración de los servicios de radiodifusión de las radios comunitarias, siendo ilegal su funcionamiento, sin autorización. A título de ilustración, se cita el recurso Especial n.362-281-RN (2001/0062318-9), siendo relatora la Ministra Eliana Calmon:

> “Por disposición constitucional, los servicios de radiodifusión sufren examen estatal, desde la autorización hasta la regularidad de funcionamiento;
>
> En la actualidad, están los magistrados autorizados a abandonar la ley, dejando hacia atrás el positivismo exacerbado. Sin embargo, los principios constitucionales, entre ellos, el principio de la razonabilidad, deben ser observados.
>
> Es ilegal el funcionamiento de la radio comunitaria, aun de baja potencia, sin autorización legal”[151].

[151] Recurso especial N. 362.281-RN, Brasília, 17 dic. 2002. En: Sardinha (2004: 212).

Los servicios de radiodifusión sonora y de sonidos e imágenes son, por definición, servicios que deben ser explotados directamente por la Unión, o mediante permiso, concesión o autorización, razón por la cual la radio comunitaria en cuestión, aunque de baja potencia y sin fines lucrativos, no puede funcionar sin la debida autorización del Poder Público precedente.

La jurispericia firmada por el STJ se articula con lo dispuesto en el art. 223 de la CF/88 y se revela importante para la racionalización del uso del espectro radioeléctrico.

Por la Ley nº 9.612, tendrán derecho de explotar el Servicio de Radiodifusión Comunitaria las fundaciones y asociaciones comunitarias, sin fines lucrativos, cuyos dirigentes tengan residencia en la comunidad. La legislación determina la instalación de un Consejo Comunitario para dirigir la emisora, incluyendo los aspectos administrativos y la compaginación de la programación:

> Art. 7º Son competentes para explotar el Servicio de Radiodifusión Comunitaria las fundaciones y asociaciones comunitarias, sin fines lucrativos, desde que legalmente instituidas y debidamente registradas, sediadas en el área de la comunidad para la cual pretenden prestar el servicio, y cuyos dirigentes sean brasileños natos o naturalizados hace más de 10 años.
>
> Párrafo único. Los dirigentes de las fundaciones y sociedades civiles autorizadas a explotar el servicio, además de las exigencias de este artículo, deberán mantener residencia en el área de la comunidad atendida.
>
> Art. 8º La entidad autorizada a explorar el Servicio deberá instituir un Consejo Comunitario, compuesto por lo menos por cinco personas representantes de entidades de la comunidad local, tales como asociaciones de clase, beneméritas, religiosas o de moradores, desde que legalmente instituidas. Con el objetivo de acompañar la programación de la emisora, con vista al servicio del interés exclusivo de la comunidad y de los principios establecidos en el art. 4º de esta Ley.

En contrapartida, prohíbe la inserción comercial en emisora comunitaria, admitiendo solamente el patrocinio, en la forma de apoyo cultural, desde que

el patrocinador esté situado en el área atendida por la emisora. La legislación no define lo que es “apoyo cultural”:

> Art. 18º Las prestadoras del Servicio de Radiodifusión Comunitaria podrán admitir patrocinio, bajo la forma de apoyo cultural, para los programas a ser transmitidos, desde que restrictos a los establecimientos situados en el área de la comunidad atendida.
>
> Art. 19º Es vedada la cesión o arrendamiento de la emisora del Servicio de Radiodifusión Comunitaria o de horas de su programación.

Según Ismael Lopes[152], el patrocinio bajo la forma de apoyo cultural, antiguamente adoptado para las emisoras educativas de radio y TV, permite apenas citar el nombre de la empresa patrocinadora, no pudiendo divulgar productos, precios, promociones ni dirección del patrocinador. ¿Cuál es el comerciante que va a querer gastar dinero para oír solamente el nombre de su empresa citado en la Radio?

4.7.1. La implantación de las radios comunitarias en Brasil y la reacción de los concesionarios

Marisa Meliani Nunes[153] tiene certeza “de que el modelo oficial de comunicación, organizado sobre grandes redes nacionales que reproducen informaciones generadas en centros industrializados, comienza a transformarse”. Primero, porque se ve presionado a la revisión impuesta por las nuevas tecnologías. Segundo, porque millares de pequeñas emisoras diseminadas en el territorio brasileño (más de 40 mil) arrojan diariamente un incalculable número de nuevas voces a la interlocución social. Nuevos artistas, cantores, músicos, poetas, periodistas, radiofonistas, mujeres, niños, educadores, gente brasileña que jamás encontraría espacio en los grandes

[152] Ismael Lopes es radiofonista, presidente de la Radio Novos Rumos. Disponible en www.enecos.org.br/docs/radcom_comentariolegislacao.doc
[153] En: A função social da rádio comunitária. Disponible em www.rbc.org.br

medios, hoy puede dialogar con sus pares y mover el subterráneo de la producción cultural y de la organización social. Vehículo considerado menor y obsoleto, la radio, sin embargo, es lo que posee mayor alcance junto a la población de baja renta y en las regiones poco industrializadas. Posee alto índice de recepción porque libera al oyente para actividades paralelas.

Históricamente, como vimos, la propuesta de implantación de la radio comunitaria en Brasil se encuentra directamente relacionada a la radio libre. Nos cuenta Santiago (2002: 78) que “fue desde las emisoras libres, con sus equipos domésticos y transmisores artesanales, que surgieron las emisoras que se autodenominan “comunitarias”. Hoy, muchas de estas emisoras operan con tecnología digital, instaladas en estudios planeados y con estructura semejante o superior a las muchas emisoras comerciales”.

La iniciativa de organizar un movimiento reuniendo las emisoras no-reglamentadas partió del Colectivo Nacional de Radios Libres, que debatió el asunto en los encuentros en las ciudades de São Paulo, Goiania y Macaé, entre 1989 y 1991.

Ya la multiplicación de radios ilegales, por todo el país, está relacionada a la absolución de la radio libre Reversión FM, de São Paulo y al despacho del juez Casen Mazloum, de la Justicia Federal de São Paulo, considerando que el uso de aparatos de potencia reducida para actividades culturales, “no constituye actividad que afrenta las normas vigentes” (Giron, 1994: 15).

Delante de la posibilidad de la legalización, una multiplicidad de inclinaciones y formatos de radios, abrigadas, bajo el concepto de “radio libre” o “radio comunitaria” constituyó la base del Primer Encuentro de Radios Libres y Comunitarias del Estado de São Paulo, realizado en el día 4 de junio de 1995, en la Cámara Municipal de São Paulo. El encuentro, que reunió 220 representantes, de 159 emisoras, formalizó la unión de los dos modelos de radio local - libre y comunitaria - alrededor de un solo propósito: la reglamentación de las emisoras. Al final del encuentro, fue divulgada la “Carta de São Paulo”, que entre otros apartados reivindicaba junto al Ministerio de las Comunicaciones “un Título Provisorio desde el funcionamiento hasta la

reglamentación"[154], para todas las emisoras no reglamentadas existentes en el país.

En el año siguiente, en 1996, la ciudad de Praia Grande, en el litoral de São Paulo, fue sede del Segundo Encuentro Nacional de Radios y TVs Comunitarias, reuniendo representantes de dieciocho estados brasileños. Al final del encuentro, los participantes decidieron estimular la creación de proyectos de ley, en el ámbito municipal y estadual, transformando las emisoras en entidades de utilidad pública, así como entregar al Ministro de las Comunicaciones Sérgio Motta un documento exigiendo el fin de la represión a las emisoras y constituir una nueva entidad representativa, la Asociación Brasileña de Radiodifusión Comunitaria (ABRAÇO)[155].

Por otro lado, los concesionarios de la radiodifusión, a través de la Asociación de las Emisoras de Radio y Televisión del Estado de São Paulo (AESP), exigían el cierre de todas las radios no reglamentadas, acusándolas de interferir en la comunicación entre piloto de avión y torre durante el aterrizaje de los aviones y poner en riesgo la vida humana. Segmentos de la prensa pasaron a reproducir, a través de materias, el discurso organizado por los concesionarios de radio, fomentando la "guerra de acusaciones" contra las emisoras piratas. El periódico Folha de São Paulo publicó en el día 21 de julio de 1996 la materia "Radios piratas colocan aviones en riesgo" donde, utilizando como fuente de información un oficial de la Aeronáutica, afirma que emisoras clandestinas interfieren en la comunicación y en los instrumentos de poso:

> "Las radios piratas (porque consideradas irregulares) están colocando en riesgo la seguridad de los vuelos que llegan y parten de los aeropuertos de Congonhas y Guarulhos, según la Aeronáutica. Si localizadas próximas a aeropuertos, son capaces de adulterar informaciones de los instrumentos del avión o perjudicar la comunicación con la torre de control (...) Aunque tengan baja potencia, usan frecuencias de FM que confunden el llamado indicador de curso de aproximación, sistema que muestra la posición del avión cuando se aproxima a la pista" (Schlegel, 1996: 5).

[154] Carta pede licença provisória às piratas. Jornal da AESP, São Paulo: AESP, n.139, p. 25, agosto 1995.
[155] Relatório do II Encontro Nacional de Rádios e TVs Comunitárias, Praia Grande-SP, 1996.

Dos meses después, fue la vez de la Red Globo de Televisión llevar al aire una materia periodística con el mismo abordaje. Según reportaje presentado en el Jornal Nacional del día 24 de septiembre de 1996, las "transmisiones de las radios ilegales colocan en riesgo las maniobras de poso y despegue en aeropuertos brasileños" [156].

4.7.2. El problema de las interferencias

El Foro Democracia en la Comunicación, el Instituto Brasileño de Defensa de las Entidades Mantenedoras de Radios Libres y Comunitarias (IBRADEM) y la Asociación Paulista de Proponentes de Emisoras de Radiodifusión Local-Comunitaria (APERLOC) entre otras entidades, representando más de 400 radios libres (ilegales) en el Estado de São Paulo, protestaron contra la materia mencionada del Noticiario Nacional. En nota distribuida a la prensa, afirman que "no son radios piratas, porque están amparadas constitucionalmente"[157] y denuncian a la Red Globo por "inducir a los telespectadores a imaginar que las interferencias en el servicio de protección al vuelo en los aeropuertos" son provocadas por las radios comunitarias:

> "La Red Globo indujo a sus telespectadores al error con el claro objetivo de defender su monopolio ilegal en la comunicación social y los intereses de la Abert, juntamente con los intereses del ministro Sérgio Motta, responsable por el cierre de esas emisoras".[158]

Nos dice Santiago (2002: 76) que "en consecuencia de las noticias vehiculadas en la prensa, cada emisora no reglamentada pasó a ser vista como un vehículo potencialmente peligroso". Considerándose victimas de "acusaciones infundadas", los integrantes de movimientos en defensa de radios

[156] Jornal Nacional.Rede Globo de Televisão, 24 set. 1996.
[157] INDUÇÃO a erro. Folha de São Paulo, São Paulo, 28 set.1996, cad.1, p. 3.
[158] Idem.

libres pasaron a defenderse y, al mismo tiempo, presentar su versión de los hechos a la opinión pública. Por esa razón, Francisco Antônio Pereira da Silva (Chico Lobo) uno de los precursores del movimiento de radios libres en Brasil, resalta que “el mundo entero, por donde pasan esas aeronaves, es pulverizado por todo tipo de emisoras (grandes, pequeñas, legales o no), pero sólo aquí, en Brasil, provocan esas supuestas interferencias, como alegan los dueños de las grandes radios[159]. Recuerda Chico Lobo que “al aterrizar en el aeropuerto de Congonhas, los aviones pasan apenas a 800 metros de la Avenida Paulista (centro de las mayores potencias de Radio y TV de las Américas) y no se sabe de ningún disturbio de interferencias.” Partiendo de ese presupuesto, Lobo escribió el artículo “La mentira de las Interferencias”, del cual reproducimos un trecho:

> “Es raro que pequeñas emisoras, que funcionan con baja potencia (un máximo de 50 Watts), vengan a causar ese tipo de problema en los aviones de línea. No podemos imaginar que grandes empresas aeronáuticas, como la Boeing y la Focker, fuesen tan ingenuas o irresponsables para dejar salir de sus hangares aeronaves con tamaña vulnerabilidad en los sistemas de navegación. Según João de Ataliba Nogueira, ingeniero de instrumentos de la Varig, en materia en la revista *Fly* nº 27, de janeiro/93, “ningún tipo de radiofrecuencia entra a través del fuselaje de las aeronaves comerciales modernas, pues ellas son construidas para soportar todo tipo de intemperie o interferencia que pueda perjudicar la seguridad de nuestros pasajeros”(...) Ese pronunciamiento, de una autoridad técnica fue publicado antes de que los dueños de las *grandes* emisoras se sintiesen amenazados por las pequeñas radios comunitarias que están surgiendo. Esto nos permite pensar que ese rumor de las interferencias no pasa de artimaña de los intereses de los propietarios de las *grandes* para detener la democratización de los medios de comunicación, vía radiodifusión comunitaria, ya tan tardía y tan discutida en Brasil”.[160]

Pero en otro de sus célebres textos, el mismo Chico Lobo reconoce, aunque de forma sucinta y suave, el problema de la interferencia de las radios ilegales (llamadas libres o comunitarias por él) cuando él proporciona informaciones de cómo monta su propia emisora.

---

[159] A MENTIRA das interferências. Disponible en http://www.hipernet.ufsc.br/foruns/vozes/documentos/radios/

[160] A Mentira das interferências. Disponible en http://www.hipernet.ufsc.br/foruns/vozes/documentos/radios/

"Entre los cuidados preliminares que debemos tener en la instalación de una emisora, está la atención en la elección de la frecuencia a ser ocupada en el dial, aun antes de encargar el transmisor y la antena, pues éstos ya vienen calibrados de fábrica. Caso contrario, corremos dos riesgos principales: sufrir interferencias por una emisora ya implantada, o interferiremos en otra, acarreando serias consecuencias. Entre ellas, ser acusados de interferencia y tener nuestro servicio prohibido; la otra es que no consigamos alcanzar un radio de propagación satisfactorio[161]".

Luciana Raso Sardinha (2004: 112) nos dice que es público que el uso inadecuado de la frecuencia radioeléctrica puede causar serios daños a la colectividad, a saber: "imposibilidad de captar la señal de radio y/o televisión; interferencias en la navegación aérea, pudiendo causar accidentes de aeronaves; interferencias en las bandas reservadas para uso exclusivo de la Policía militar entre otros".

"La inadecuada utilización de la radiofrecuencia puede provocar accidentes graves y hasta fatales, la degradación de las señales de entidades legalmente constituidas, con serios daños a los servicios de radiocomunicación de bomberos, policía, navegación y aeronáutica" (Sardinha, 2004:112).

En ese sentido se justifica la tipificación como crimen, en la forma del art. 70[162] del CBT[163]. Cumple consignar, por oportuno, que, según viene decidiendo el Poder judicial, el crimen previsto en el supracitado dispositivo legal "es formal, siendo cierto que la simple acción – funcionamiento, o instalación clandestina de telecomunicaciones – configura el delito, independientemente del resultado (daño a tercero) que, si ocurre, agrava la mitad[164].

[161] Curso Chico Lobo Interferências: A quem interessa essa mentira? Critérios técnicos para escolha da frequencia Disponible em www.rbc.org.br

[162] Art. 70 Constituye crimen punible con la pena de detención de 1 (un) a 2 (dos) años, aumentada de la mitad si hace daño a tercero, la instalación o utilización de telecomunicaciones, sin observancia de lo dispuesto en esta ley y en los reglamentos.
Párrafo único. Precediendo al proceso penal, para los efectos referidos en este artículo, será liminarmente procedida la busca y la aprehensión de la estación o aparato ilegal.

[163] Código Brasileño de Telecomunicación.

[164] BRASIL, Tribunal Regional Federal. Região 5. Sentença. Mandado de segurança preventivo impetrado por Associação Cultural Esportiva de Mangabeira contra ato do Ilmop. Sr. Delegado Regional do Ministério das Comunicações na Paraíba, verberando-se contra a ameaça de fechamento da rádio comunitário "Zona Sul FM". Disponível em www.jfpb.gob.br/diversos/sent7.htm . Acesso em 12 jan. 2004. En: Sardinha (2004: 166).

Sobre la utilización del espectro radioeléctrico de forma ilegal, así se pronunció el constitucionalista Saulo Ramos en parecer fechado en marzo de 1996:

> "En la transmisión clandestina (de radio) el responsable de ella ningún deber asume, no se vincula a deber alguno, actúa contra la ley, al margen de la ley, colocándose por tanto fuera de la vigilancia administrativa o judicial, y actúa abiertamente contra los intereses del gran público, que no se confunde con la asociación de algunos espectros, aun cuando dicen servir a pequeñas comunidades. (...) Quien se rebela contra la legalidad puede tener opinión a divulgar, pero antes debe pasar por un juez criminal serio y responder por tal conducta, aunque haya utilizado la emisora para anunciar productos comerciales de algún almacén de la región, sin saber que turbó el derecho de otras personas y colocó en riesgo varias vidas humanas"[165].

Otro problema es que muchos de los transmisores de esas radios ilegales son hechos artesanalmente, aumentando mucho el riesgo de interferencias. Coelho Neto, en su Libro *"Rádio Comunitária não é crime"* nos informa que

> "efectivamente hubo tiempos en los que radioamantes construían o mandaban construir de forma artesanal sus propios transmisores. Esos transmisores, pudieron hasta ser bien construidos y montados de acuerdo con algún buen proyecto técnico, pero hay que reconocer que por ser construidos de esa forma "mambembe", en ese sentido, eran realmente pasibles de provocar algunas interferencias, por ejemplo, en el receptor de televisión del vecino" (Neto, 2002: 86).

Por otro lado, según Neto, es verdad que en los aeropuertos se pasó a exigir que se apagasen los móviles en determinadas áreas. Según él, "eso refleja mucho más una cautela especial que un riesgo catastrófico, ya que los propios empleados de las empresas aéreas, de la Infraero, Policía Federal, DAC y Fisco federal recurren a varios instrumentos de comunicación móviles en su rutina".

El magistrado Sinval Antunes, sostiene la

[165] Ramos, Saulo. Parecer datado de março de 1996, apud NARCISO, Paulo. O registro público e responsabilidade das transmissões ilegais de rádio. Revista AMIRT, n. 110, p22-23. En: Sardinha (2004: 167).

> “necesidad de estudio previo para la distribución de frecuencias a fin de evitar interferencias perjudiciales, sometiendo las empresas de radiodifusión, legalmente habilitadas, a rigurosas exigencias y penalidades en caso de transgresiones. Es sabido y notorio que la inobservancia de las reglas técnicas, indispensables al correcto uso de las frecuencias radioeléctricas, puede propiciar situaciones de riesgo concreto a toda la colectividad: perjudica servicios esenciales, interfiere catastróficamente en vuelos de aeronaves y en la navegación de embarcaciones marítimas y fluviales, molesta concesionarios que se someten a la disciplina legal para el funcionamiento de sus emisoras” (Neto, 2002: 145).

En opinión de Silveira (2001: 25), la ley, sin embargo, puede y debe reglamentar esa actividad, a fin de disciplinar el igualitario uso del espectro electromagnético, evitando la interferencia recíproca en la radiodifusión sonora y aun para proteger la aviación civil y los aeropuertos.

Él nos cuenta en su libro que algunas liminares o salvoconductos que expidió fueron destituidas por el Tribunal Regional Federal de la 1ª Región bajo el argumento de que pondrían en riesgo la aviación civil y podrían derrumbar aviones. Lo que él supo, investigando el caso informalmente, a través de un ingeniero especializado en esa área, es que las radios comunitarias podrían afectar la aviación en tres aspectos:

- equipos e instrumentos de vuelo de la aeronave;

- sistema de comunicación aeronave-tierra; y

- sistema de auxilio al aterrizaje (ILS).

> “La respuesta que ese ingeniero dio para cada apartado, es la siguiente: En cuanto a los equipos e instrumentos de vuelo de la aeronave, la posibilidad es muy remota, pues esos componentes, del área denominada aviónica, son exhaustivamente testados en cuanto a la posibilidad de interferencias por ondas electromagnéticas. En cuanto al sistema de comunicación aeronave-tierra y sistema de auxilio al aterrizaje (ILS), si las RadCom – utilizan equipos de transmisión homologados, el riesgo de interferencia será el mismo de las emisoras comerciales” (2001: 111-112).

De hecho, si el transmisor está homologado, probablemente no habrá interferencia. El problema es que existen 40.000 emisoras funcionado ilegalmente en Brasil sin ninguna fiscalización. O sea, qué tipo de transmisores están utilizando estas 40.000 emisoras? Difícil o imposible saber.

Indiferentes a las explicaciones técnicas de especialistas y argumentos de los representantes de las radios ilegales, los concesionarios de la radiodifusión ahora no sólo acusaban a las radios no reglamentadas de interferencia en aviones, sino también en la comunicación entre el hospital y la ambulancia, en la comunicación de los coches de policía y de bomberos:

> "En Brasil todas las emisoras que no poseen licencia de funcionamiento del Ministerio de las Comunicaciones son piratas y son esas mismas emisoras que, colocadas en frecuencias aleatorias, sin cualquier reglamentación por parte del Ministerio de las Comunicaciones, interfieren en la comunicación entre la torre de control y los aviones, colocando en riesgo cerca de 60 mil personas por día que utilizan vuelos en el Aeropuerto de Cumbica. Tenemos que combatir la radio Pirata, pues ella constituye un gran riesgo para la comunidad. Son ellas que interfieren en la comunicación entre el hospital y la ambulancia, colocando en riesgo viadas humanas en el momento en el que ellas más necesitan socorro. Interfieren también en la comunicación de los coches de policía y de bomberos"[166].

La estrategia de denunciar las radios piratas y exigir de las autoridades que vengan a ser cerradas fue institucionalizada por la Asociación de las Emisoras de Radio y Televisión de São Paulo (AESP) y Sindicato de las Empresas de Radio y Televisión del Estado de São Paulo (SERTESP), a través de una campaña publicitaria creada por la agencia McCann-Erickson:

> "A McCann-Erickson creó la campaña sin cargo alguno para las entidades, por entender la gravedad del tema abordado. Esas piezas están siendo vehiculadas en los periódicos "O Estado de S. Paulo", "Jornal la Tarde", "Folha de S. Paulo" y "Folha da Tarde", aprovechando la permuta que las emisoras de radio de la

[166]Associação das emissoras de rádio e televisão de São Paulo (AESP). Disponible en http:// www.aesp.com.br.

Capital, asociadas a la Aesp y al Sertesp, mantienen. Ya los outdoors tendrán sus costos de exhibición asumidos por la Central de Outdoor". [167]

Nos es difícil comprender que los dueños de emisoras comerciales no son contra las emisoras comunitarias debidamente reglamentadas, pero si contra todas las emisoras ilegales, que transmiten todos los días sin ningún tipo de control.

Para sanar alguna de mis dudas, procuré levantar algunos datos cualitativos, realizando una entrevista con un piloto de la aviación civil brasileña. El entrevistado fue el copiloto de la GOL líneas aéreas Alexandre Vallada. Hice una única y sencilla pregunta (¿las radios piratas interfieren en la navegación de los aviones?). Su respuesta fue directa e incisiva:

> "En cuanto a su pregunta, puedo responder que estorban sí. En cuanto al caso especifico de radios piratas, yo nunca pasé, pero sé de varios casos relatados, principalmente en aeropuertos cerca de la periferia, como es el caso de Guarulhos, São Paulo. Ya he visto una aproximación de precisión de un Boeing en Guarulhos, donde bajo efecto de una radio pirata, ¡hizo errores absurdos de navegación en una aproximación! ¡Para tener idea de tal peligro, este último relatado llevaría a una colisión si los pilotos no estuviesen en contacto visual con el terreno! Acontece que en Brasil aún tenemos muchos problemas por tratarse de un tipo de navegación un poco precaria".

Él me dijo que muchas frecuencias se ponen próximas al margen de las frecuencias usadas por las radios piratas, frecuencias ésas en kHz y MHz que también son las usadas en la aviación. Alexandre destacó que lo más común es tener interferencia en la frecuencia de comunicación con los órganos de control aéreo. O sea, no es sólo un tipo de interferencia que puede ocurrir, sino varios. El propio Alexandre dice que "pueden acontecer variaciones o interferencias de varias maneras, pero las más comunes son en la frecuencia de comunicación y de navegación. La interferencia de navegación puede variar parámetros o provocar errores de radiales o marcaciones.

[167] AESP lança campanha antipirataria. Jornal da AESP, São Paulo : AESP, n.149, p.15, dez. 1996.

Finalmente, él subraya que todo cuanto no sea homologado, puede interferir en la aviación civil, pues hasta los móviles pueden interferir en la navegación de un vuelo.

Ante tales declaraciones, me quedó clara la cuestión de la interferencia, pues bien sabemos que es una norma de seguridad desconectar todos los aparatos electrónicos durante el despegue y poso de los aviones. Y algunos aparatos electrónicos deben permanecer apagados durante todo el vuelo para no ocasionar posibles interferencias en los aparatos electrónicos de los aviones.

Otro entrevistado sobre el tema fue el maestro y escrito español Ángel Belau Faus, que se quedó sorprendido al saber que en Brasil existen cerca de 40.000 radios piratas:

> "Es un suicidio. Si los turistas saben de la existencia de estas emisoras en las favelas de Brasil, nadie va a querer volar a Brasil con miedo de la interferencia de estas emisoras. Ahora mismo, sé eso y no tomo un vuelo hasta Brasil. Cojo un vuelo a Asunción, pero no bajo en Sao Paulo. Hace falta una ejecución de ley por las autoridades en Brasil" advirtió.

En su cita conmigo, Faus me ha dicho que no es de su conocimiento una legislación específica para radio comunitaria en Europa. Aún existen algunas emisoras ilegales, pero según él a nadie se le ocurriría abrir tal tipo de emisora en la actualidad.

4.8. ANATEL: La Agencia Nacional de telecomunicaciones brasileña

En este apartado vamos a explicar cómo se hace el control de la radiodifusión brasileña, especialmente sobre las radios comunitarias y cuáles los órganos gubernamentales que pueden interferir en su funcionamiento. Para

empezar, haremos una pequeña reflexión sobre el término "control" que para Lafayette Pondé[168]:

> "La expresión "control" tiene tamaña amplitud que, a bien decir, la vida social – ella propia – no es sino un proceso continuo de interacción y control. Su concepto es un instrumento necesario de la idea de orden y organización (...). De allí, dos versiones: la del derecho francés, según la cual el control implica el reexamen de un acto o situación jurídica, y otra, la del derecho inglés, en el sentido de poder director, vigilancia, predominio sobre una actividad programada".

El término control será aquí tomado en dupla acepción según nos ilustra Sardinha (2004: 47): en el sentido de supervisión o dirección (control estatal – ejercido por los órganos institucionales del poder público) y en el sentido de vigilancia (control social – calificador de la sociedad como unidad solidaria, ejercido por individuos o grupos particulares solidarios).

La radio y la televisión constituyen, indudablemente, importantes medios de comunicación de masa en las que los derechos fundamentales de la libertad de expresión y del derecho de información deben realizarse.

> "se resalta que estos vehículos ocupan necesariamente un espacio público, pues utilizan las ondas hertzianas emitidas en el espacio radioeléctrico, que constituye uno bien común del pueblo. Nada más justo, entonces, que el ejercicio de esas actividades, cualesquiera que sean sus titulares, se someta, en el régimen democrático, al control del pueblo, sea directamente, sea por medio de sus representantes legítimos. Si los órganos estatales no representan legítimamente al pueblo, es natural que éste se organice para defender sus propios intereses". (Sardinha, 2004: 46)

A través del Decreto nº 2.615, de 3 de junio de 1998, el gobierno aprobó el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Comunitaria, atribuyendo a la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (Anatel) la capacidad para designar el canal único en la banda de frecuencia para las emisoras comunitarias. El Decreto restringe, a un máximo mil metros la cobertura de la emisora comunitaria, fijando la potencia máxima en 25 watts:

---

[168] Pondé, Lafayette. Controle dos atos da administração pública. Revista de Informação Legislativa, n. 139, p. 131-132 En: Sardinha (2004: 45).

> Art. 4 La Agencia Nacional de Telecomunicaciones - Anatel designará un único y específico canal en la banda de frecuencias del Servicio de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada, para atender, en ámbito nacional, al Servicio de que trata este Reglamento.
>
> Párrafo único. En caso de manifiesta imposibilidad técnica en cuanto al uso de ese canal en determinada región, la Anatel indicará, en sustitución, canal alternativo, para utilización exclusiva en aquella región, desde que haya alguno que atienda a los criterios de protección de los canales previstos en los Planes Básicos de Distribución de Canales de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada, de Televisión en VHF y de Retransmisión de Televisión en VHF.
>
> Art. 5 La potencia efectiva irradiada por emisora del RadCom será igual o inferior a veinticinco watts.
>
> Art. 6 La cobertura restricta de una emisora del RadCom es el área limitada por un radio igual o inferior a mil metros desde la antena transmisora, destinada al servicio de determinada comunidad de un barrio, una villa o una localidad de pequeño porte.

Por determinación de la Anatel, la radio comunitaria deberá utilizar el canal 200, que está entre 87,8 y 88 MHz, por tanto, fuera del dial de las FMs convencionales, que va de 88 a 108 MHz, posible de ser captado solamente a través de los receptores de radio digitales. Quien tenga un receptor de radio antiguo, tendrá dificultad en captar cualquiera señal emitida por el canal 200. Es lo que revela José Luiz Sotter, presidente de la Asociación Brasileña de Radios Comunitarias, a ABRAÇO:

> "El canal 200 es fuera del dial de los receptores comunes...nuestro oyente del interior no tiene como sintonizar el canal 200, en la radio con cordón...porque va de 88 a 108 y el canal 200 es 87,8 a 88, o sea, está entre las televisiones (el canal 6) y el 88.1, que es la primera emisora que se consigue sintonizar en los receptores comunes"[169].

El presidente de la Anatel de la época, Renato Guerrero, se defendió de la acusación, afirmando que el "canal 200 es un canal previsto en el Plan Básico de Radiodifusión" que ya hacía parte de los 100 canales que están

[169] Declaración de José Luiz Sotter, presidente de la Asociación Brasileña de Radios Comunitarias, a ABRAÇO, en la Audiencia Publica para Debatir el Funcionamiento de las Radios Comunitarias, promovida por la Subcomisión de Radio y TV del Senado. TV Senado, 17 nov.1999.

disponibles para uso en radio y frecuencia modulada y que fue escogido por ser un canal libre en todo el país:

> "Simplemente el canal 200 fue escogido porque es un canal que tiene una liberación mayor en todo el país. Porque existen algunas regiones del país donde hay una concentración muy grande de radios, como São Paulo, Río de Janeiro y Porto Alegre, donde no existen canales disponibles. Tuvimos que coger un canal que pudiese ser repetido por el mayor número de localidades posible. Entonces escogimos el canal 200 que era lo que permitía este tipo de cosa"[170].

Creada como autarquía especial del punto de vista jerárquico, la Anatel no está subordinada a ningún órgano de gobierno y sus decisiones sólo pueden ser contestadas judicialmente. Ampliando ese concepto de autonomía, además de la independencia administrativa, cuenta también con independencia financiera, garantizada principalmente por el recurso del Fondo de Fiscalización de las Telecomunicaciones (Fistel), el cual es de su exclusiva gestión.

La Ley N. 9.472 de 16 de julio de 1997, publicada en el DOU de 17 de julio de 1997, que dispone sobre la organización de los servicios de telecomunicaciones, la creación y funcionamiento de un órgano regulador y otros aspectos institucionales, términos de la Enmienda Constitucional N. 8 de 1995, establece en su art. 8º:

> Art. 8° Queda creada la Agencia Nacional de Telecomunicaciones, entidad integrante de la Administración Pública Federal indirecta, sometida al régimen autárquico especial y vinculada al Ministerio de las Comunicaciones, con la función de órgano regulador de las telecomunicaciones, con sede en el Distrito Federal, pudiendo establecer unidades regionales.
>
> § 1º La Agencia tendrá como órgano máximo el Consejo Director, viniendo a contar, también, con un Consejo Consultivo, una Procuraduría, una Corregiduría, una Biblioteca y una Ouvidoria, además de las unidades especializadas delegadas de diferentes funciones.

[170] Declaración de Renato Guerrero, presidente de Anatel, en la Audiencia Publica para Debatir el Funcionamiento de las Radios Comunitarias, promovida por la Subcomisión de Radio y TV del Senado. TV Senado, 17 nov.1999.

§ 2º La naturaleza de autarquía especial conferida a la Agencia es caracterizada por independencia administrativa, ausencia de subordinación jerárquica, mandato fijo, estabilidad de sus dirigentes y autonomía financiera.

De la Ley citada se extrae que la Anatel es una autarquía especial, forma parte de la administración pública indirecta, vinculada al Ministerio de las Comunicaciones, posee autonomía financiera y administrativa, teniendo su dirigentes mandato fijo y estabilidad.

Considerada el brazo derecho del Ministerio de las Comunicaciones, para Neto (2002: 105) "la Anatel es ejecutora de parte de las penalidades, entre éstas las consecuentes del uso de equipos no certificados u homologados o mismo fuera de las especificaciones constantes de los respectivos certificados". En esa línea, conforme el artículo 41[171], la ejecución es interrumpida, particularmente en los casos de interferencias indeseables o perjudiciales.

Según Neto (2002: 93-94), podemos detallar las atribuciones de Anatel de la siguiente manera:

a) Implementar la política nacional de telecomunicaciones.

b) La institución o eliminación de la prestación de modalidad de servicio en el régimen público.

c) Proponer el plan general de otorgas

d) Proponer el plan general de metas para universalización de los servicios de telecomunicaciones.

e) Administrar el espectro de radiofrecuencias y el uso de órbitas.

f) Componer administrativamente conflictos de intereses entre prestadoras de servicios de telecomunicaciones.

g) Actuar en la defensa y protección de los derechos de los usuarios.

h) Prevención y represión de las infracciones de orden económico, en el ámbito de las telecomunicaciones, exceptuadas las capacidades legales del CADE.

[171] Decreto nº 2.615, de 3 de junio de 1998.

i) Establecer restricciones, límites o condiciones a grupos empresariales para obtención y transferencia de concesiones, permisos y autorizaciones, de forma de garantizar la competición e impedir la concentración económica en el mercado.

j) Establecer la estructura tarifaria de cada modalidad de servicios prestados en régimen público.

El control de los servicios de radiodifusión es ejercido, en primer lugar, por el Poder Ejecutivo, una vez que las otorgas son concedidas por medio de Decreto del Presidente de la República en el caso de las concesiones, (Art. 29 del RSR, con redacción dada por el Decreto N. 1.720, de 28 de noviembre de 1995.) y de Portería del Ministro de las Comunicaciones, a quien compiten las otorgas de permiso. (Art. 32 del RSR, con redacción data por el Decreto N. 1.720, de 28 de noviembre de 1995.). Tales actos, sin embargo, por mandamiento constitucional, sólo tienen eficacia después de referéndum del Congreso Nacional, por fuerza del art. 223[172] y sus párrafos.

Para conferir la otorga de los servicios de radiodifusión, importa, pues, que expliquemos, *parí passu*, la serie ordenada de actos, que son los procedimientos para su concesión, cuyos pasos nos cumple analizar. Acompañemos con Sardinha (2004: 128) esos pasos:

En primer lugar, el prerrequisito para apertura del edicto de licitación es que haya canal disponible en el espectro de frecuencia para la localidad objeto de la concurrencia. Ya se dijo que esa frecuencia es un bien público perteneciente a la Unión; entonces, la Unión Internacional de telecomunicaciones – UIT determina las frecuencias para cada país, dentro de

---

172 CF Art. 223 - Compite al Poder Ejecutivo otorgar y renovar concesión, permiso y autorización para el servicio de radiodifusión sonora y de sonidos e imágenes, observado el principio de la complementaridad de los sistemas privado, público y estatal.
§ 1º - El Congreso Nacional apreciará el acto en el plazo del art. 64, §§ 2º y 4º, a contar del recibimiento del mensaje.
§ 2º - La no renovación de la concesión o permiso dependerá de aprobación de, por lo menos, dos quintos del Congreso Nacional, en votación nominal.
§ 3º - El acto de otorga o renovación solamente producirá efectos legales después de deliberación del Congreso Nacional, en la forma de los párrafos anteriores.
§ 4º - La cancelación de la concesión o permiso, antes de vencido el plazo, depende de decisión judicial.
§ 5º - El plazo de la concesión o permiso será de diez años para las emisoras de radio y de quince para las de televisión.

su territorio. En la hipótesis de no haber canal disponible en el referido espectro, el interesado, mediante presentación de estudio de viabilidad técnica y de viabilidad económica de la iniciativa en el local en el que pretende explotar el servicio, podrá requerir su inclusión, conforme el dispositivo en los párrafos 3º y 4º del art. 10 del RSR, con redacción dada por el Decreto N. 2.108, de 24 de diciembre de 1996.

El análisis de ese estudio es hecho por la Anatel, más exactamente por la Gerencia General de Administración de Planes y Autorización de Uso de Radiofrecuencia de la Superintendencia de Servicios de Comunicación de Masa y, habiendo viabilidad, el canal es incluido en el Plan Básico de Distribución.

Esa capacidad, relata Sardinha (2002: 129), fue conferida a Anatel, por fuerza de la Ley N. 9.472, de 16 de julio de 1997 – LGT – que en su art. 157 establece: “El espectro de radiofrecuencia es un recurso limitado, constituyéndose en bien público, administrado por la Agencia”.

El Art. 158 determina:

> Art. 158. Observadas las atribuciones de bandas según tratados y acuerdos internacionales, la Agencia mantendrá un plan con la atribución, distribución y destinación de radiofrecuencias, y detallamiento necesario al uso de las radiofrecuencias asociadas a los diverso servicios y actividades de telecomunicaciones, atendidas sus necesidades específicas y las de sus expansiones.
>
> § 1 ° El plan destinará bandas de radiofrecuencia para:
>
> (...)
>
> III - servicios de radiodifusión;

La resolución n.270, de 19 de julio de 2001, que aprueba el Reglamento interno de Anatel así establece:

> La Superintendencia de Servicios de Comunicación de Masa es constituida por los siguientes órganos:

I - Gerencia General de Administración de Planes y Autorización de Uso de radiofrecuencias;

(...)

La Gerencia General de Administración de Planes y Autorización de Uso de radiofrecuencias es constituida por los siguientes órganos:

I - Gerencia de Reglamentación Técnica y Administración de Planes;

II - Gerencia de Autorización de Uso de radiofrecuencias y Licenciamiento de Estaciones.

Ya el art. 150 establece que:

Art. 150. La Gerencia General de Administración de Planes y Autorización de Uso de radiofrecuencias es responsable por la reglamentación técnica, elaboración y mantenimiento de planes de distribución de canales referentes a los servicios de radiodifusión sonora y de sonidos e imágenes, sus auxiliares, correlatos y ancilares, considerando incluso los aspectos concernientes a la evolución tecnológica, bien como por la autorización de uso de radiofrecuencias asociadas al servicio y por el análisis de proyectos técnicos, aprobación de uso de equipos y licenciamiento y funcionamiento de estaciones.

La Enmienda Constitucional n.8/95 separó los servicios de radiodifusión de los servicios de telecomunicaciones, posibilitó la apertura de la telefonía a particulares y previó la creación de órgano regulado, hoy representado por Anatel.

El control de la utilización del espectro, antes de capacidad del Ministerio de las Comunicaciones, hoy es de capacidad de Anatel, conforme lo dispuesto en el inciso VIII del art. 19, acordado con el art. 157 e inciso III del art. 158, todos de la Ley N. 9.472, de 16 de julio de 1997, que establece:

Art. 19. A la Agencia compite adoptar las medidas necesarias para el servicio del interés público y para el desarrollo de las telecomunicaciones brasileñas, actuando con independencia, imparcialidad, legalidad, impersonalidad y publicidad, y especialmente:

(...)

VIII - administrar el espectro de radiofrecuencias y el uso de órbitas, expidiendo las respectivas normas;

Art. 157. El espectro de radiofrecuencias es un recurso limitado, constituyéndose en bien público, administrado por la Agencia.

Art. 158. Observadas las atribuciones de bandas según tratados y acuerdos internacionales, la Agencia mantendrá plan con la atribución, distribución y destinación de radiofrecuencias, y detallamento necesario al uso de las radiofrecuencias asociadas a los diversos servicios y actividades de telecomunicaciones, atendidas sus necesidades específicas y las de sus expansiones.

§ 1 ° El plan destinará bandas de radiofrecuencia para:

(...)

III - servicios de radiodifusión;

Según el Maestro Benedicto Porto Neto (Sardinha, 2004: 156), la otorga de capacidad normativa para las agencias se vuelve legítima cuando la propia ley que la creó fija estos parámetros de forma clara y concreta. Destaca que la Ley General de Telecomunicaciones fija condicionamientos bastantes rigurosos tanto en lo que se refiere al contenido de los asuntos que deben ser tratados por la Agencia cuanto en la definición de los procedimientos, o sea, de los caminos que la Anatel debe recorrer para edición de sus actos. Concluye que toda la actuación de la Agencia es controlada, disciplinada y limitada por la ley, de modo que no se puede decir, en el caso específico de Anatel, que haya violación al principio de la legalidad.

En el mismo sentido, la opinión del Maestro Carlos Ari Sudfeld (2004: 158), según el cual las agencias reguladoras no usurparon la función legislativa, reconociendo ser constitucionalmente viable que las agencias tengan poder normativo desde que ese poder no configure reglamento autónomo, pero cuya capacidad le sea otorgada por ley. Para él, la constitucionalidad de la ley atributiva depende del legislador haber establecido standard suficiente, pues de lo contrario, habría delegación pura y simple de la función legislativa. Advierte que la LGT es un verdadero código que contiene vasta, acompleja y sofisticada disciplina del sector. Evidentemente, toda esas

normas informan, limitan y condicionan la Anatel al ejercicio del poder de emitir reglamentos, previsto en el art. 19.

En la expresión de Floriano Azevedo Neto (Sardinha, 2004: 162),

> " (...) las telecomunicaciones son una actividad económica impulsada por la tecnología y, por tanto, constantemente bombardeada por nuevos progresos científicos. La cuestión que es puesta es: ¿cómo entender que es regular un sector qué sufre tamaño impacto tecnológico? (...) Es la realidad, siempre ambiente, que obliga al Derecho Público a modificarse. Son circunstancias del mundo real que hacen grandes doctrinadores franceses, italianos, alemanes, españoles, cambiar su paradigma, reescribir sus manuales. No por adopción del "neoliberalismo", pero por seriedad intelectual. Entonces, el primer presupuesto peculiar al sector de telecomunicación es la influencia del avance tecnológico, que es compatible con las otras actividades económicas (...) no hay cómo tratar del sector de telecomunicaciones con la concepción de instrumento jurídico de concesión y permiso que tenemos desde la época de los ferrocarriles (...) Asistimos a nuevos fenómenos en el mundo de la vida y entender de radiofrecuencia y de telefonía es un poco más complejo que entender de ferrocarriles del tiempo del Barón de Mauá".

Sardinha (2004: 157) nos destaca una diferencia referente a los servicios de radiodifusión con relación a los demás servicios de telecomunicaciones: "la elaboración de los edictos y el procedimiento licitatorio de las otorgas de radiodifusión continúan en el ámbito de capacidad del Ministerio de las Comunicaciones, y no a cargo de su agencia, la Anatel, conforme ocurre con los demás servicios de telecomunicaciones, por fuerza de lo estatuído por el art. 211 de la LGT". Ya en lo tocante a la fiscalización técnica, no hay diferencia entre los servicios de radiodifusión y los demás servicios de telecomunicaciones. La fiscalización del espectro radioeléctrico por medio de inspecciones locales y radiomonitoración, que era de atribución del Ministerio de las Comunicaciones por intermedio de las Directorias Regionales, hoy se encuentra a cargo de Anatel, por fuerza de lo dispuesto en el art. 211 de la Ley N.. 9.472/97 y su párrafo único:

> Art. 211. La otorga de los servicios de radiodifusión sonora y de sonidos e imágenes queda excluida de la jurisdicción de la Agencia, permaneciendo en el ámbito de las capacidades del Poder Ejecutivo, debiendo la Agencia elaborar y

mantener los respectivos planes de distribución de canales, llevando en cuenta, incluso, los aspectos concernientes a la evolución tecnológica.

Párrafo único. Cabrá a la Agencia la fiscalización, en cuanto a los aspectos técnicos, de las respectivas estaciones.

Sin embargo, la instauración de proceso para la apuración de infracción y para posible punición continúa a cargo del MC, por medio de su Secretaría de los Servicios de Radiodifusión, términos del apartado III de la Sub-cláusula 2 del supracitado término de convenio:

SUBCLÁUSULA 2

Para la ejecución de la fiscalización deberán ser observadas las siguientes condiciones y procedimientos:

(...)

III – Ejecutada la acción de fiscalización, la Anatel remitirá a la Secretaría de Servicios de Radiodifusión – SSR do MC los laudos y demás documentos resultantes de esa acción para que se instaure el respectivo proceso de apuración de infracción[173].

4.9. Los cierres de emisoras

El Ministerio de las Comunicaciones ha determinado el combate a tales transmisiones, y a través de sus Comisarías Regionales, en conjunto con la Policía Federal, viene aprehendiendo equipos y cerrando muchas emisoras en el país, como podemos observar en las tablas 5, 6, 7 y 8.

[173] Término y ajuste N. 001/2002, celebrado entre el Ministerio de las Comunicaciones y la Agencia Nacional de Telecomunicaciones, el 6 de agosto de 2002.

Tabla 5

La Anatel y el cierra de radios ilegales (período 1998 a 2002) Encuadramiento en procesos			
Ley	Expedientes Instaurados	Indiciados	Equipos Aprehendidos
4.117, art. 70	4.474	1.794	24.780
9.472, art. 183	5.574	1.820	92.971
9.472, art. 185	94	9	4
TOTAL	10.142	3.623	117.755

Fuente: *Estes dados foram obtidos pela dep. Iara Bernardi (PT-SP), junto à Polícia Federal. En: QUEREM CALAR A VOZ DO POVO – II - A violência contra as rádios comunitárias no Brasil* *http://www.intervozes.org.br/arquivos/dossie.pdf Fevereiro de 2005*

Tabla 6

Número de Radios Comunitarias Aprehendidas (Policía Federal):	
Año	Emisoras Aprehendidas
1998	1.672
1999	1.705
2000	2.721
2001	2.093
2002	1.950
2003	2.759

Tabla 7

Número de Radios Cerradas por la ANATEL:	
Año	Emisoras Cerradas
2002	3.200
2003	4.412

Tabla 8

Acciones de la Anatel (2002/04)		
Acciones	2002	2003
Acción de fiscalización	438.000	187.700
Solicitación de Servicios de fiscalización (SSF)	1.500	3.093
Denuncias de Estaciones no otorgadas	8.000	14.967
Denuncias de radio-interferencia	7.800	13.789
Acciones de combate a las estaciones no autorizadas	5.300	6.627
Acciones frustradas	1.800	2.215
Cierre de radios	3.200	4.412

*Fuente: D*ep. Edson Duarte (PV-BA) em requerimento a la Anatel.

Según Eurico Gade, ex presidente de la AMIRT - Asociación Minera de Radio y Televisión - las "radios piratas causan interferencia en la señal de las estaciones legalmente constituídas y perpetran una competencia desleal con empresas idóneas, que pagan impuestos y cumplen sus responsabilidades sociales".

Es claro que un gran número de emisoras irradiando sin control en bandas de frecuencia ajenas va a causar interferencia. Un reportaje publicado en la Revista AMIRT, informa que la Anatel y la Policía Federal cerraron, en los días 28 y 30 de agosto de 2001, ocho radios piratas, siendo siete en Belo Horizonte y una en Contagem. Aclara, aun, que la acción conjunta se extenderá al interior minero, previendo una “barredura” en diversa ciudades. La operación policial especial, según destaca el reportaje, sólo aconteció porque la Justicia Federal concedió órdenes de búsqueda y aprehensión – la ausencia de ese instrumento legal es el mayor obstáculo para acción más efectiva de Anatel, pues, aunque el órgano tenga poder de policía para fiscalizar, no puede entrar en el local y aprehender los equipos. Solamente la Policía Federal puede hacerlo, desde que munida del respectivo mandato. Según el reportaje, la

Anatel cierra en media quince radios clandestinas por semana. Sin embargo, como la Agencia solamente puede lacrar los equipos, esas radios vuelven a funcionar, en desobediencia a la acción fiscalizadora.

Para la Ingeniera Maria Cristina Rodrigues, Consultora en Radiodifusión y Telecomunicaciones, la principal dificultad enfrentada por los detentores de otorga de radiodifusión en Brasil es en lo tocante a las radios clandestinas, vulgo radios piratas, que se esparcen como gramilla, y la Anatel, por más que se esfuerce, no consigue exterminarlas.

> "Hay, incluso, decisiones judiciales favorables a esa práctica. Algunos magistrados han entendido que la potencia vehiculada es tan baja que no se justificaría la aprehensión y lacre de esos equipos. Todavía, en la práctica, tales estaciones, además de competir comercialmente de forma desleal con las emisoras regularizadas, que pagan el tributo FISTEL y cumplen las demás determinaciones del MC, constituyen grave peligro para las aeronaves" (Sardinha, 2004: 283)

4.10. El debate jurídico

En Brasilia, durante audiencia pública, para debatir el funcionamiento de las radios comunitarias, promovida por la Subcomisión de Radio y Televisión del Senado, el juez Paulo Fernando Silveira defendió el derecho del Municipio de legislar sobre la radio local, partiendo del principio de que la radio de baja potencia, diferentemente de las emisoras que transmiten sus programaciones en más de un Estado, no está sujeta a la concesión y fiscalización de la Unión, porque es de interés local. Según el juez Paulo Fernando Silveira, a la Unión compete bajar una norma general a fin de proteger los intereses nacionales, dejando la concesión local bajo responsabilidad del Municipio, a quien cabrá otorgar el canal, teniendo en cuenta el relieve de la ciudad, la potencia ideal y cantidad de radios necesarias a la comunidad:

> “Es equivocada esa conclusión de la Anatel de querer, desde Brasilia, distribuir para Brasil entero las ondas que dependen del relieve y sólo el Municipio tiene condición de verificar cuántas radios puede haber en aquel municipio y cuál el direccionamiento de la antena y cuál la altura de la antena y cuál la capacidad para alcanzar el municipio todo”.[174]

Citando despacho del Tribunal Regional Federal, de la Primera Región de Brasilia, considerando que las “radios de baja potencia no cometen el crimen del artículo 70”, el juez Paulo Silveira afirmó que la Anatel “no tiene poder alguno para lacrar las emisoras de baja potencia”. La Anatel, de acuerdo con declaración de su presidente, Renato Guerrero, a la Audiencia Publica promovida por la Subcomisión de Radio y Televisión del Senado, se basa en los artículos 183 y184, de la Ley nº 9.472, la Ley General de las Telecomunicaciones Brasileñas (LGTB), para aplicar sanciones penales a las radio no-reglamentadas:

> Art. 183. Desarrollar clandestinamente actividades de telecomunicación:
>
> Pena - detención de dos a cuatro años, aumentada de la mitad si hace daño a tercero, y multa de R$ 10.000,00 (diez mil reales).
>
> Párrafo único. Incurre en la misma pena quien, directa o indirectamente, contribuye para el crimen.
>
> Art. 184. Son efectos de la condena penal transitada en juzgado:
>
> I - tornar cierto el deber de indemnizar el daño causado por el crimen;
>
> II - la pérdida, en favor de la Agencia, exceptuado el derecho del lesionado o de terceros de buena intención, de los bienes empleados en la actividad clandestina, sin perjuicio de su aprehensión cautelar.
>
> *Párrafo único.* Se considera clandestina la actividad desarrollada sin la competente concesión, permiso o autorización de servicio, de uso de radiofrecuencia y de exploración de satélite.
>
> Art. 185. El crimen definido en esta Ley es de acción penal pública, incondicionada, cabiendo al Ministerio Público promoverla.

---

[174] Testimonio de Paulo Fernando Silveira, Juez Federal de Uberaba. TV Senado, 17 nov.1999.

La Anatel utiliza, también, en la aplicación de sanciones a quien opere con radiodifusión sin autorización, la Ley nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, que instituyó el Código Brasileño de Comunicaciones y que no fue revocada por la nueva LGTB en lo que concierne a la radiodifusión, modificada por el Decreto-ley nº 236:

> Art. 70 Constituye crimen punible con la pena de detención de 1 (un) a 2 (dos) años, aumentada de la mitad si hace daño a tercero, la instalación o utilización de telecomunicaciones, sin observancia de lo dispuesto en esta ley y en los reglamentos.
>
> Párrafo único. Precediendo al proceso penal, para los efectos referidos en este artículo, será liminarmente procedida la busca y la aprehensión de la estación o aparato ilegal.

Criticando la acción represora de Anatel, el juez Paulo Fernando Silveira entiende que "las radios comunitarias vinieron para quedarse". Al mismo tiempo en el que exige del Gobierno una "reglamentación adecuada", que posibilite a las emisoras de baja potencia funcionar abiertamente, Silveira clasifica la Ley nº 9.612, que instituye la Radiodifusión Comunitaria, como "una ley usurpativa", por entender que la concesión de licencia para explotar el Servicio de Radiodifusión Comunitaria es de capacidad del "ente político que es el Municipio o el Estado." El problema mayor que yo detecté es que este Juez confunde los términos *Radio Comunitaria* y *Radio ilegal*, llamando a las radios ilegales de comunitarias.

Con el objetivo de agilizar el proceso de concesión de licencia para ejecución del Servicio de Radiodifusión Comunitaria, el juez Paulo Fernando Silveira sugirió a los senadores iniciar la reformulación de la Ley 9.612, desde tres puntos que considera fundamentales:

> 1. Un dispositivo diciendo: "No se aplica a las radios comunitarias de que cuida la Ley nº 9.612 /98 el artículo 70, de la Ley 4117, de 27 de agosto de 1962". Ahí la Anatel cumplirá la Ley, va a aplicar las penalidades previstas en la ley.
>
> 2. Un dispositivo diciendo lo siguiente: "La concesión de las licencias de que cuida la presente Ley competirá al Municipio, que observará los criterios técnicos pudiendo incluso firmar convenios con la Unión".

> 3. Ampliar la potencia de 25 watts para por lo menos 50 watts y la distancia de un kilómetro para por lo menos hasta 30 kilómetros, para dar condiciones de atender a las ciudades mayores. La decisión final de la potencia quedará a cargo de cada Municipio[175].

Criticada por los especialistas y segmentos que trabajan con comunicación comunitaria, por su característica restrictiva y centralizadora, la legislación que trata del Servicio de Radiodifusión Comunitaria representa un significativo avance en el proceso de flexibilización de la comunicación de masa en el país. Para el senador Artur Távola, la organización de la radio comunitaria en Brasil es un paso importante, en el sentido de dar algún orden a un movimiento espontáneo de la sociedad que coincide con la existencia de tecnologías que posibilitan la implantación de emisoras que a representen la comunidad (Santiago, 2002: 43). Sin embargo, el senador alerta para la explotación de los canales comunitarios por ciertos segmentos oportunistas de la sociedad:

> "Al mismo tiempo, esa facilidad tecnológica engendró una "asintonia" en el sector - para utilizar una expresión radiofónica - y surgieron innúmeras emisoras - muchas muy bien intencionadas; otras, con intereses personales comerciales; otras, con intereses políticos por detrás, intereses electorales, intereses partidarios, hubo una cierta confusión de la radio pirata tradicional con la radio comunitaria. Confío en que la ley venga a colocar orden, desde que sea bien reglamentada y bien fiscalizada, que es lo más difícil de la cuestión"[176].

Semejante preocupación ya expresaba el periodista Valionel Tomaz Pigatti, ex presidente y fundador de la Asociación de las Radios Libres del Estado de São Paulo, en el tiempo de la compaginación en el Congreso Nacional de una legislación que viniese a reglamentar las radios comunitarias, sin preocupación con la propuesta, con el lenguaje o con la producción socio-cultural, que norteó el movimiento en defensa de la radio libre y comunitaria en Brasil:

> "Las voces en los micrófonos defienden apenas el derecho de la propia supervivencia económica, aunque evoquen la libertad de expresión o la libertad

[175] Depoimento de Paulo Fernando Silveira, Juiz Federal de Uberaba. TV Senado, 17 nov.1999.
[176] ORGANIZAÇÃO das Rádios Comunitárias. Discurso proferido pelo Senador Artur da Távola, no Senado Federal, 27 jan. 1998. En Santiago, 2002

> de conciencia, las cuales, como acontece con la mayoría de los organizadores de pequeñas emisoras, carecen de contenido. Aunque resultado o reflejo del contexto socioeconómico y cultural brasileño, es ese uno de los retratos de la situación en la que se pretende legalizar medios de comunicación electromagnéticos de baja potencia" (Pigatti, 1998)[177].

En consecuencia, es el formato de radio comunitaria brasileña, institucionalizado por la Ley nº 9.612 y reglamentado a través del Decreto 2.615, un conjunto de procedimientos característicos del proceso de reversión, a través del cual un medio o sistema "súbitamente se transforma en otro", según demostró McLuhan (1995: 210). Según Santiago (2002: 51), "a través del proceso de reversión, gobierno, concesionarios de radiodifusión, empresarios y parlamentarios, actuando en conjunto, descaracterizaron la propuesta original de radio comunitaria, implantando un modelo de radio de acuerdo con sus conveniencias". De esa forma, utilizando un conjunto de normas tecno-jurídicas, al mismo tiempo en que descaracterizó el proyecto original, el gobierno estableció nuevas funciones para la radiodifusión comunitaria, como demostrado[178], distantes de las aspiraciones populares y de las necesidades de la comunidad.

Sin embargo, aun lejos de representar el ideal de la radiodifusión libre y comunitaria como muchos querían, el proyecto aprobado representa una opción al sistema verticalizado, "estructurado en función de la ganancia, para atender a la codicia de los empresarios de la comunicación en el país", pondera José Luiz Sotter, presidente de la Asociación Brasileña de Radios Comunitarias:

> "Entonces necesitaríamos de un sistema que fuese al contrario, horizontalizado, donde el público, donde el ciudadano, no fuese apenas número en esa estadística para definición de planillas de publicidad. Que tuviese participación, que se apropiase de ese sistema o de ese medio de comunicación, que hiciese ese medio de comunicación, tendríamos que tener un sistema de comunicación horizontalizado y para eso tendríamos que eliminar la necesidad de la ganancia

177 Disponible el http://www.geocities.com/CapitolHill/Lobby/7543/

178 Lei n.º 9.612, de 19 de fev. 1998. Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária, art. 3º.

> de ese sistema. Él tendría que ser un sistema sin fin lucrativo, eliminando este peligro de la verticalización"[179].

Otra critica a la Anatel según el Juez Silveira (2001: 325) es que "es preciso resaltar que la Ley N. 9.472/97, que creó la Anatel, intentó dar a ella lo que es prohibido por la Constitución, esto es, el poder de policía arbitrario de "realizar busca y aprehensión de bienes en el ámbito de su capacidad", independientemente de previa autorización judicial (art. 19, Inc. XV).

> "Felizmente, el Supremo Tribunal Federal, al juzgar la Acción Directa de Inconstitucionalidad n.1.668-5, del Distrito Federal, decidió por mayoría de votos, en medida liminar todavía en vigor, suspender, hasta el juicio final de la lid, la ejecución y la aplicabilidad de ese dispositivo legal" (2001: 169).

Pero así mismo, nos cuenta el mismo autor, aún podemos encontrar sentencias, como la del Superior Tribunal de Justicia:

> "Penal. Expediente Policial. Cierre. Radio Comunitaria. Baja potencia. Falta de autorización para funcionamiento. Hábeas Corpus. Recurso.
>
> 1. Los servicios de radiodifusión constituyen, por definición, servicios públicos a ser explorados directamente por la Unión o mediante concesión o permiso. Así, no podría la radio, aunque de baja potencia y sin fines lucrativos, funcionar sin la debida autorización del poder público.
>
> 2. la ley 9.472/97 no revocó la totalidad de las disposiciones constantes en la Ley 4.117/62. Mantenidos los preceptos relativos a la radiodifusión y a los crímenes pertinentes, no se presenta viable el cierre del expediente policial.
>
> 3. Recurso a que se niega provisión.

Y otro:

> "Procesal Penal. Hábeas Corpus Preventivo. Radio comunitaria. Autorización Ley N. 4.117/62. Constitucionalidad.
>
> 1. El hábeas corpus es la medicina constitucional destinada a tutelar la libertad de locomoción, el derecho de ir y venir y, siendo preventivo, el recelo de

[179] Declaración de José Luiz Sotter, presidente de la Asociación Brasileña de Radios Comunitarias, en la Audiencia Pública para Debatir el Funcionamiento de las Radios Comunitarias, promovida por la Subcomisión de Radio y Televisión del Senado. TV Senado, 17 nov.1999

violencia debe resultar de acto concreto, de prueba efectiva, de la amenaza de prisión. En la especie, no se encuentran configurados sus presupuestos.

2. el artículo 70, de la Ley N. 4.117/62, fue recibido por la Constitución Federal en 1988. Precedentes del STJ.

3. Aun con el advenimiento de la Ley N. 9.472/97, continúa siendo válida la exigencia de autorización administrativa para funcionamiento de emisoras de baja potencia.

4. Recurso improvisto para denegar la orden" (Silveira, 2001: 198).

Creo que las sugerencias y críticas siempre son bienvenidas, principalmente cuando son constructivas. Lo que es importante entender en este apartado es que radio comercial es una cosa y radio comunitaria es otra. En Brasil existen normas y leyes diferentes para las dos modalidades. Por lo tanto una emisora comunitaria no podría requerir los mismos derechos de las emisoras comerciales, ya que es comunitaria. Si no, pierde todo sentido la legislación específica para ellas. O sea, sería muy fácil y al mismo tiempo utópico, tener los mismos derechos de una emisora comercial, pero sin los debidos deberes.

En función de la demora de las autoridades en otorgar los canales comunitarios, algunos representantes del Poder Judiciario vienen mostrándose favorables a conceder liminares y asegurar el funcionamiento de emisoras que, comprobadamente, prestan servicio a la comunidad. Observando este principio, el juez federal de la ciudad de Uberaba, en el estado de Minas Gerais, Paulo Fernando Silveira, que ya concedió más de 100 liminares de funcionamiento para radios comunitarias en su jurisdicción[180], que abarca 55 ciudad del Sur de Minas Gerais y del Alto Paranaíba, dice:

"Por sobre todo, un derecho fundamental estaba siendo violado, y violado por un Órgano Federal del Ejecutivo. Las personas pedían autorización para instalar una radio comunitaria, el Gobierno Federal no daba la autorización, no negaba ni justificaba por qué negaba. Y esto lo llamamos de arbitrio, porque todo Poder Público tiene deber de fundamentar cuando niega una postulación hecha por un

[180] JUIZ do contra é a favor da liberdade total. Revista Imprensa, São Paulo : Feeling Editora, n.144, p.48-49, dez. 1999.

> ciudadano, principalmente cuando basado en un derecho garantizado por la Constitución"[181].

Por esa razón el STJ fijó un plazo para que el MC actuase en los procesos:

> "La eficiencia administrativa implica, necesariamente, cuidadoso análisis de los procesos de autorización de ejecución de servicios de radiodifusión comunitaria conjugada con la observancia de plazo razonable para la emanación del acto pretendido (autorización). La legislación regente no fija plazo determinado para la instrucción y conclusión del procedimiento administrativo en cuestión, lo que no significa, sin embargo, que pueda la autoridad aplazar su práctica indefinidamente, frustrando el ejercicio del derecho. (...) Por eso concedo parcialmente la seguridad para determinar a la autoridad coactora que se pronuncie sobre la petición. (...)Fijo el plazo de 60 días (sesenta días) para la efectivación de las providencias, considerando lo suficiente para la adopción de las medidas necesarias, especialmente considerado el lapso ya transcurrido"[182].

Con esa jurispericia el STJ firmó la tesis de que se configura ofensivo al principio de la eficiencia y de la razonabilidad la conducta omisiva de la autoridad competente que deja transcurrir largo lapso temporal sin procesar el pedido de autorización de funcionamiento de radio comunitaria.

Según Valdir (2003), "a pesar de la reglamentación, fueron hechos de 1996 hasta hoy (2003) pocos otorgamientos a los millares de pedidos efectuados al Ministerio de las Comunicaciones para instalación de las radios comunitarias". De acuerdo con el periódico *Gaceta Mercantil,* de 17/4/2001, de las "12.000 radios que se intitulan comunitarias, apenas 24 tienen concesiones del Ministerio de las Comunicaciones, que está analizando actualmente 5,5 mil pedidos de licencia. Hasta ahora 659 procesos fueron enviados para análisis del Congreso Nacional. La Anatel cerró 4.611 estaciones de radio desde 1999,

---

181 Declaración de Paulo Fernando Silveira, Juez Federal de Uberaba, Minas Gerais, en la Audiencia Pública para Debatir el Funcionamiento de las Radios Comunitarias, promovida por la Subcomisión de Radio y Televisión del Senado. TV Senado, 17 nov.1999.

182 BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. Certidão de julgamento. Mandado de segurança impetrando pelo Centro de Assistência Social e Educacional John F. Kennedy. Disponible en www.stj.gov.br. Acesso em 9 out. de 2003. En Sardinha 2004: 194.

90% de ellas comunitarias. Cerca de 4,5 mil radios están accionando a Anatel en la Justicia", (Silveira, 2001: 5) [183].

4.11. La Radio Comunitaria: objetivos y perspectivas

Después del recibimiento de la documentación de todas las entidades candidatas a prestar el servicio en una determinada localidad, el Ministerio de las Comunicaciones inicia análisis de los procesos: la Secretaría de Servicios de Comunicación Electrónica - SSCE - confiere el cumplimiento de las exigencias legales por parte de los interesados. En la hipótesis de haber apenas una entidad interesada y con proceso regular, el MC se comunica con el pleiteador para que encamine proyecto técnico de la estación. En caso de más de una entidad interesada y en situación regular, y no existiendo posibilidad técnica de coexistencia de esas emisoras, a SSCE propone la asociación entre las interesadas. No habiendo acuerdo, se utiliza el criterio de representatividad, que consiste en la elección del pleiteador que tenga más manifestación de apoyo en la comunidad. En caso de empate de ese último criterio, el MC determinará un sorteo para la selección de la vencedora.

Escogida la vencedora, el acto de aprobación de otorga es remitido al Congreso Nacional para apreciación. Después de aprovación por la Casa Legislativa, se publica decreto legislativo de aprobación de la portería del MC. Desde la publicación, la radio comunitaria recibe licencia de funcionamiento (Sardinha, 2004: 222-223).

---

183 En 2003 la acción de la Anatel continuó cerrando radios ilegales de forma truculenta. Según el manifiesto de la Amarc - Asociación Mundial de Radios Comunitarias - en Río de Janeiro, el 04 de febrero de 2003, decenas de radios fueron cerradas en todo Brasil. Solo en Campos, norte fluminense, cinco emisoras salieron del aire, con acción truculenta de la Policía Federal, que obedece a Anatel (Agencia Nacional de Telecomunicaciones). El encerramiento de estas radios ya había sido denunciado por la FARC (Federación de las Asociaciones de Radiodifusión/RJ), que comunicó la existencia de una lista de más de 100 radios ilegales en el Estado, aguardando expedición del juez federal Flávio Oliveira Lucas para mandato de busca y apreensión de esas emisoras. La solicitación fue hecha por la Comisaría el día 3 de diciembre de 2002. Por lo que todo indica las aprehensiones van a continuar, según muestra el manifiesto firmado por Tales Ladera, presidente de la Amarc en Brasil.

Es de registrar, observa Sardinha (2004: 224), que el Decreto ley n.2.243-36, de 24 de agosto de 2001 – que altera dispositivos de la Ley N. 9.649, de 27 de mayo de 1998 -, posibilita al MC emitir licencia provisional para funcionamiento, en la hipótesis de no apreciación del Congreso Nacional en el plazo de noventa días, contados desde la fecha de recibimiento de los autos. Se registra que la Anatel es responsable por la administración del espectro también para las radios comunitarias. Teniendo en cuenta la grande búsqueda para la ejecución del servicio, la Anatel publicó la Resolución N. 356, el 11 de marzo de 2004, y aumentó el número de canales para los servicios de radiodifusión comunitaria, colocándolos en la banda de 87,4 a 87,8 MHz.

Por más increíble que pueda parecer, relata Santiago (2002: 85) el Reglamento habilita a la radio comunitaria a funcionar, sin derecho a la protección contra interferencias causadas por estaciones de telecomunicaciones y de radiodifusión. Sin embargo, si la emisora comunitaria interfiere en cualquier servicio de telecomunicación o en emisora de radio o televisión convencional (comercial o educativa) “la Anatel determinará la inmediata interrupción de su funcionamiento, hasta la completa eliminación de la causa de la interferencia.” Es lo que establecen los artículos 25,26 27, del Capítulo VII, “De la Ejecución del Servicio”:

> Art. 25. La emisora del RadCom operará sin derecho a la protección contra eventuales interferencias causadas por estaciones de Servicios de Telecomunicaciones y de Radiodifusión regularmente instaladas.
>
> Art. 26. Caso una emisora del RadCom provoque interferencia indeseable en los demás Servicios regulares de Telecomunicaciones y de Radiodifusión, la Anatel determinará la interrupción del servicio de la emisora de RadCom interferente, en el plazo fijado en norma complementaria, hasta la completa eliminación de la causa de la interferencia.
>
> Art. 27. Caso una emisora del RadCom provoque interferencia perjudicial en los demás Servicios regulares de Telecomunicaciones y de Radiodifusión, la Anatel determinará la inmediata interrupción de su funcionamiento, hasta la completa eliminación de la causa de la interferencia.
>
> Art. 28. Las emisoras del RadCom cumplirán período de ocho horas, continuadas o no, como tiempo mínimo de operación diaria.

En opinión de Santiago (2002: 85), “más difícil que mantenerse en el aire, sin derecho a la protección contra interferencia de otras emisoras de radio, será el desafío de cumplir las exigencias previstas en el Capítulo VIII, que trata de la “Programación””. La legislación determina que la programación dé “preferencia a finalidades educativas, artísticas, culturales e informativas”; que las “programaciones opinativa e informativa” deberán observar los principios de la “pluralidad de opinión y de versión simultánea en materias polémicas” y que “cualquier ciudadano de la comunidad beneficiada tendrá derecho a emitir opiniones sobre cualesquiera asuntos abordados en la programación de la emisora, bien como manifestar ideas, propuestas, sugerencias, reclamaciones o reivindicaciones”. A través del párrafo cuarto, prohíbe la discriminación y el proselitismo de cualquier naturaleza, en la programación de las emisoras de radiodifusión comunitaria:

> Art. 30. Las emisoras del RadCom atenderán, en su programación, a los siguientes principios:
>
> I - preferencia a finalidades educativas, artísticas, culturales e informativas, en beneficio del desarrollo general de la comunidad;
>
> II - promoción de las actividades artísticas y periodísticas en la comunidad, y de la integración de los miembros de la comunidad atendida;
>
> III - respeto a los valores éticos y sociales de la persona y de la familia, favoreciendo la integración de los miembros de la comunidad atendida;
>
> IV - no discriminación de raza, religión, sexo, preferencias sexuales, convicciones político-ideológico-partidarias y condición social en las relaciones comunitarias.
>
> § 1o Es vedado el proselitismo de cualquier naturaleza en la programación de las emisoras de radiodifusión comunitaria.
>
> § 2o Las programaciones opinativa e informativa observarán los principios de la pluralidad de opinión y de versión simultánea en materias polémicas, divulgando siempre las diferentes interpretaciones relativas a los hechos noticiados.
>
> § 3o Cualquier ciudadano de la comunidad beneficiada tendrá derecho a emitir opiniones sobre cualesquiera asuntos abordados en la programación de la emisora, bien como manifestar ideas, propuestas, sugerencias, o reclamaciones, debiendo observar apenas el momento adecuado de la programación para

hacerlo, mediante pedido encaminado a la dirección responsable por la radio comunitaria.

Art. 31. Las emisoras del RadCom asegurarán, en su programación, espacio para divulgación de planes y realizaciones de entidades atentas, por sus finalidades, al desarrollo de la comunidad.

Con el objetivo de complementar las disposiciones establecidas en el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Comunitaria y las condiciones técnicas de operación de las estaciones de Radiodifusión Comunitaria, el Ministerio de las Comunicaciones dictó la Norma nº 2/98. La Norma Complementaria define el proceso de autorización para ejecución del Servicio de Radiodifusión Comunitaria, la formalización de la autorización, la instalación de la estación, la expedición de la licencia para funcionamiento, ejecución del servicio, los principios de la programación, entre otros aspectos técnicos de la emisión, como características de las emisoras y de los transmisores, además de contemplar las infracciones y penalidades previstas.

Según dados de la *ABRAÇO*, existen aproximadamente 40 mil emisoras de baja potencia en Brasil. En este universo, no es posible distinguir entre las emisoras que realmente sirven a la comunidad y emisoras montadas con propósitos políticos, religiosos o comerciales. Con la morosidad del Ministerio de las Comunicaciones en evaluar los pedidos de concesiones y del Congreso en autorizar las emisoras que realmente presentan una propuesta de actuar junto a su comunidad, todas son colocadas en una zanja común y consideradas "piratas" o "clandestinas".

Sin embargo, la desorganización del sistema puede llevar a una orden más elaborada, posibilitando el debate y el perfeccionamiento de la Ley de las Radios Comunitarias. Recuerda Lucrécia Ferrara, que "cuanto mayor el caos, mayor el orden potencial" (1999: 183). Así siendo, aquello que para los interesados en el mantenimiento de la radio dentro del orden actual, caracteriza un proceso caótico, constituyendo, en la concepción clásica, un desorden, para los defensores de las radios comunitarias e inclusive para los oyentes puede significar un nuevo orden para el aparente universo equilibrado de la radiodifusión convencional. Así, nos dice Santiago (2002: 76) "el caos no

representa un obstáculo a ser transpuesto, sino un estímulo a la libre experimentación, que podrá quebrar el exceso de homogeneidad del sistema comercial y producir una nueva concepción de radio: participativa, libre y comunitaria".

No por acaso, observa Prigogine que "el universo del *no equilibrio* es un universo coherente", recordando que no es correcto asociar el "desorden" al no equilibrio. La turbulencia, dice él, es un fenómeno "altamente estructurado, en que millones y millones de partículas se persiguen en un movimiento extremadamente coherente", resaltando el hecho de que la "producción de entropía contiene siempre dos elementos dialécticos: un elemento creador de desorden, pero también un elemento de creación de orden. Y los dos están siempre ligados" (1988: 39-41).

4.12. ¿Comunitaria o pirata?

La actual experiencia de la radiodifusión evidencia una creciente demanda por los medios de comunicación local y por programas locales, que son canales que posibilitan la expresión de las diferencias y, al mismo tiempo, de las identidades culturales de las poblaciones locales. La radiodifusión comunitaria, cuyo origen está anclado en las experiencias de radios populares de altavoces, surgidas hace muchos años, aún antes del régimen militar, trajo en su seno aspectos innovadores en cuanto al contenido de su programación y proceso de gestión. Es un instrumento que fue puesto a disposición de la comunidad, bastando su participación, pues es participando que se aprende a hacerlo, cada vez con más capacidad y poder.

En su libro *Radio Comunitaria: una estrategia para el desarrollo local*, Cláudia Ruas (2004: 162-163) concluye, a través de una investigación, que existen emisoras comunitarias de diferentes tipos y con intereses diversos en

Brasil; aun cuando todas se intitulen comunitarias, podemos agruparlas en cuatro tipos:

> 1) las emisoras que se caracterizan como eminentemente comunitarias, una vez que las asociaciones son responsables de todo el proceso comunicativo, desde la programación hasta la gestión del vehículo; viven del apoyo cultural, contribuciones de socios y donaciones. Se trata del modelo más raro de ser encontrado en Brasil.
>
> 2) Aquéllas que prestan algunos servicios comunitarios, pero están bajo el control de pocas personas y, en última instancia, sirven como medio de vida para sus idealizadores, quiénes, en general, también son sus dueños; hay venta de espacio publicitario.
>
> 3) Las que poseen programación análoga a las de las comerciales, pudiendo tener cuño religioso /o/ evangélico; esporádicamente prestan algún servicio a la comunidad y venden espacios publicitarios.
>
> 4) Las emisoras de cuño político-electoral, ligadas a candidatos a cargos electivos y sus respectivos partidos políticos, que proliferan en períodos pre-electorales.

Realmente podemos decir que éste es uno de los puntos más polémicos de esta investigación de doctorado. Durante las varias entrevistas que realizamos y durante nuestra investigación cualitativa, pudimos observar la confusión que se forma para dar nombre a una emisora, es decir, es difícil saber si es una radio comunitaria o pirata. En mi concepción, las radios citadas en los apartados 2, 3 y 4 no podrían ser llamadas de comunitarias, pues no se encuadran en la legislación que las reglamenta. Lo que pasa es que todas las emisoras encuadradas en todos los tópicos arriba citados, se autotitulan *radios comunitarias*. O sea, como nos dice Peruzzo (2003: 16), acontece "el uso indiscriminado del término comunitario por diferentes medios de comunicación. Ocurre que muchos medios de comunicación, programas de radio y televisión o secciones de los medios de comunicación impresos y on line, (que de comunitario no tiene casi nada), se autodenominan *comunitarios*, como forma de usurpar la imagen de "ligado a la comunidad" o de estar prestando "servicios de interés de la comunidad" (y a veces lo hacen) y así lograr credibilidad local y consecuentemente el apoyo en la forma de audiencia, participación en la

programación, anuncios publicitarios o votos cuando en época de elecciones para cargos de representación política".

Como podemos verificar, eso acontece con frecuencia y aquí podemos ilustrar con un apartado de la obra de Ruas (2004: 162):

> "La realización de la investigación en las radios comunitarias de los Barrios Guanandi y José Abrão apuntó para algunas constataciones. Se verificó que las dos radios, Radio Nueva Maracanã y Metropoly, además de las características similares, pertenecían al tipo 2 y 3 de emisoras comunitarias, arriba descritos". (...) "Las programaciones de las emisoras investigadas eran puramente musicales, asemejándose a emisoras comerciales".

Y continúa diciendo que en la programación de esas emisoras,

> "no existía preocupación con temas de interés para la comunidad, como salud, medicina, derecho, medio ambiente, entre otros. Son asuntos casi olvidados por las emisoras y consecuentemente por la comunidad" (2004: 163).

Se pretende aquí incitar a esa reflexión que, creemos, puede promover acciones dirigidas a lo que determina la Ley: tornar la radio comunitaria un vehículo estrictamente vuelto para la comunidad, divulgando la cultura, la convivencia social y eventos locales, noticiando sucesos comunitarios y de utilidad pública, promoviendo actividades educacionales para la mejoría de las condiciones de vida de la población. Las conclusiones a respecto del trabajo realizado por Ruas dan a su autora la certeza de que si dirigentes comunitarios y líderes de asociaciones comunitarias concretasen esa radiodifusión, con participación efectiva de la comunidad, tendrán a su disposición una herramienta poderosa para la construcción del desarrollo local comunitario. Pero como veremos en el próximo capítulo, no es eso lo que pasa realmente.

Basados en las enseñanzas de Peruzzo (2003: 9), podemos decir que los medios de comunicación comunitarios basados en procesos en los cuales las personas de la "comunidad" sean las protagonistas principales, se caracterizan por:

> a) Tener como objetivo divulgar asuntos específicos de las comunidades, de movimientos colectivos y de segmentos poblacionales o de interés público, que normalmente no encuentran espacio en el medio de comunicación convencional.

b) Utilizar como estrategia la participación directa de las personas del propio lugar en la programación y en general también en la gestión del vehículo de comunicación. El receptor puede volverse emisor y vice-versa.

c) Quien produce los mensajes (crea, habla, redacta, edita, transmite, etc.) no es necesariamente un especialista, un profesional de comunicación, sino un ciudadano común.

d) Tener como fuerza motriz la meta de aportar para el desarrollo comunitario como forma de ampliar el ejercicio de los derechos y deberes de la ciudadanía.

e) No tener finalidades lucrativas. Es autofinanciada, o recibe donaciones, además de trabajar apenas con apoyo cultural[184] y no con anuncios publicitarios. Hay un entendimiento de que en caso haya excedentes económicos, estos no deban ser apropiados privadamente, sino revertidos para la sustentabilidad e inversiones del propio medio de comunicación.

f) Los contenidos conciernen a las necesidades, problemáticas, artes, cultura y otras temas de interés local, como por ejemplo: noticias sobre las actividades de grupos populares organizados, aclaraciones procurando alejar niños del tráfico de drogas, campañas contra la discriminación de la mujer y de las razas, informaciones de salud, informaciones sobre prevención de enfermedades, reivindicaciones de servicios públicos de uso colectivo y otras informaciones de utilidad pública.

g) En las experiencias más avanzadas se desarrolla gestión de tipo colectiva.

h) La propiedad puede ser colectiva, individual o institucional, pero puesta al servicio de la comunidad.

i) Buscar autonomía con relación al gobierno y otros grupos de interés.

j) Ser dirigida a segmentos específicos de la población.

l) Tener alcance limitado en términos de cobertura, audiencia, número de lectores, etc.

---

[184] Según Peruzzo (2003) apoyo cultural es la mención del nombre del patrocinador apenas en carácter institucional. En opinión de la autora, “es algo que viene mostrándose bastante problemático, pues ha dificultado la operación de los vehículos comunitarios y educativos en general. Se sospecha que tal dificultad proviene de la interferencia de medios de comunicación comerciales que, intencionalmente, quieren disminuir la fuerza de posibles concurrentes”. Si por un lado, continua Peruzzo, la no inserción de publicidad en las emisoras comunitarias y educativas contribuye para la imparcialidad u objetividad de la programación, lo que es importante para el tipo de trabajo hecho, por otro lado ha llevado a muchas emisoras a una situación de penuria que a veces las llevan a aceptar “apoyos” de políticos y a burlar la legislación como forma de garantizar la supervivencia.

4.13. Ciudadanía y radio comunitaria

Ciudadanía "es la calidad social de una sociedad organizada bajo la forma de derechos y deberes mayoritariamente reconocidos. Se trata de una de las conquistas más importantes en la historia. Del lado de los derechos, surgen los llamados derechos humanos (...), cuya conquista tardó milenios. (...) En el lado de los deberes, aparece sobre todo el compromiso comunitario de cooperación y co-responsabilidad. Ciudadanía presupone el estado de derecho, que parte, por lo menos en teoría, de la igualdad de todos ante la ley y del reconocimiento de que la persona humana y la sociedad son detentores inalienables de derechos y deberes" (Peruzzo, 1998: 279).

Ciudadanía es la expresión de la voluntad política del individuo, tanto para la constitución del Estado, o para determinar la forma y el sistema de gobierno a ser adoptados, como para su regular desarrollo dentro de los parámetros constitucionalmente establecidos, así como para la imprescindible contención del poder público. Por lo tanto, nos dice Silveira (2001: 34), por ciudadanía se entiende la manifestación política del individuo, ya que, como elemento del pueblo, posee una porción del poder político estatal, pues el poder emana de él, como evidenció Rousseau.

Según Peruzzo (1998: 287), en Brasil, como en otros países latinoamericanos, las conquistas, en lo que se refiere a una participación política más amplia, han sido crecientes. "Después de dos décadas de régimen militar autoritario, conseguimos restaurar la democracia, las elecciones directas en todos los niveles, así como la libertad de organización y de expresión. Lo mismo no está ocurriendo en cuanto a una democratización mayor del campo socio-económico". Eso porque la concentración de renta aumenta y la distribución de la riqueza es cada vez más desigual, generándose vastos contingentes poblacionales desprovistos de lo necesario para la vida, con más de treinta y dos millones de seres humanos pasando hambre. La formación cultural es obstaculizada por la precariedad de las condiciones, que inviabiliza

el acceso de todos a la educación formal básica y provoca una evasión escolar inmensa. Las personas no son envueltas en los planes y en las decisiones que las afectan directamente, en las áreas de la habitación, de la salud y de la comunicación. No se favorece de forma igualitaria el desarrollo de habilidades. Así, todavía es largo el camino a ser recorrido, en el embate entre la alienación y la ciudadanía.

Nos relata Valdir Oliveira[185] (2003) que la radio, como dispositivo comunicacional establece una relación íntima y personal entre el oyente y el locutor, de persona a persona, cual si se dirigiese a una persona en particular, enfatizando el sonido teatralizado, expresión de José Paulo Paes para explicar el aprovechamiento de la virtualidad de la radio como medio de comunicación y la intertextualidad que mantiene con otros dispositivos comunicacionales, como el teatro, por ejemplo[186].

> "La radio, desde el punto de vista social, mucho puede aportar para el fortalecimiento de identidades regionales, locales y grupales debido al hecho de ser altamente descentralizada en términos de recepción y producción. En cada municipio brasileño es posible constatar la existencia de diferentes canales radiofónicos, lo que no es posible, por ejemplo, con la televisión, cuyos costos elevados de producción y transmisión llevan necesariamente a la formación de redes que inviabilizan la opinión y la manifestación cultural plurales, subordinando excesivamente sus mensajes a la lógica mercantil. (...) Si la vocación "federalista" de la televisión es lo que la torna fuerte, en la radio es lo opuesto. Es su vocación "municipalista" lo que la torna fuerte y socialmente relevante, aun distante de los grandes anunciantes" (Valdir, 2003).

Nos cuenta Valdir que en las radios comunitarias el discurso puede adquirir connotaciones singulares por varios motivos. Entre ellos el de la sencillez operacional del dispositivo radiofónico, si lo comparamos, por ejemplo, con el dispositivo televisivo o cinematográfico. "Además de ser fáciles de operar y no demandar grandes equipos de producción, la mayoría de las radios comunitarias puede valerse de una organización semi-profesional,

[185] Maestro del Departamento de Comunicación Social y coordinador del Promic – Proyecto de Apoyo y Capacitación en Medios Comunitarios de la Fafich – Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas y FAE – Facultad de Educación – y Pro-Rectoría de Extensión de la UFMG (Universidad Federal de Minas Gerais).

[186] Paes, José Paulo. "A Perda do Caminho". *Folhetim*. Suplemento da Folha de São Paulo. 7 de agosto de 1983, No. 342, págs. 6-7.

demandando más el trabajo voluntario de los operadores (técnicos, reporteros, editores, locutores) que el trabajo profesional remunerado". Además, esa facilidad hace que las emisoras radiofónicas comunitarias operen de forma menos burocrática, permitiendo la participación del público en la producción, transmisión y recepción de los mensajes, permitiendo así la constitución de audiencias activas que, conforme John Downing, pasan a existir cuando ese tipo de medios de comunicación expande el ámbito de las informaciones, de la ponderación y del cambio más allá de los límites hegemónicos, generalmente estrechos, del medio de comunicación convencional[187].

Dentro de ese contexto radiofónico, nos dijo Valdir, podemos deducir que "la radio puede tener gran destaque estratégico para los movimientos sociales, comunitarios y populares en un abanico variado de cuestiones expresivas, reivindicativas o movilizadoras y que mucho puede aportar para reconfigurar el espacio público como *locus* de información, embates, conflictos o cooperación social".

Las radios comunitarias generalmente están próximas al local de morada, de trabajo y de recreación, teniendo por eso, una gran potencialidad en lo que se refiere a facilitar la participación. Pero hay que descubrir la manera de conferir a la población el poder de crear y decidir. Solo así la comunicación se vuelve medio y fin, o sea, medio y fin se construyen recíprocamente. Así Relata Silveira[188]:

> "Por forcejear en la divulgación de las noticias locales y en el libre debate sobre ellas, incluso comentando el trabajo desarrollado por el poder público municipal, las radios comunitarias desempeñan un papel fundamental para el ejercicio de la ciudadanía, sea individualmente, en razón de los nuevos liderazgos políticos que ayudan a despuntar, sea colectivamente, por la sociedad como un todo, al hacerla interesarse por las cosas públicas, poniendo en interacción, democráticamente, las diversificadas opiniones".

---

[187] Downing, John D. H. Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo, Editora do Senac, 2002.

[188] El juez , que encuentra en la Constitución Federal los argumentos para el proyecto de municipalización de los servicios de radiodifusión comunitaria, concedió cerca de 100 liminares para el funcionamiento de radios comunitarias en la región de la ciudad de Uberaba, estado de Minas Gerais. http://www.obore.com/memoria/dossie00.asp

La Comunicación Social es factor preponderante en la construcción de la ciudadanía y en el proceso de desarrollo local. Los medios de comunicación, especialmente la radio, vehículo que alcanza personas de clases, edades y culturas diferentes, pueden ser instrumentos utilizados con la finalidad de estimular el crecimiento de las comunidades, la interacción social y la promoción de soluciones para los problemas que las envuelven. Las radios comunitarias, cuando ponen el oyente en contacto con su realidad para comprenderla y transformarla, se vuelven una herramienta a favor del desarrollo. El poder de esas emisoras en el ejercicio de la ciudadanía es comprobado cuando los resultados del trabajo comunitario se proyectan en acciones de cuño social, como campañas beneficientes y cuestiones ligadas a la política, salud, educación y cultura.

La comunicación tiene un papel fundamental en el desarrollo local, primeramente porque, con la organización humana en sociedad, la comunicación pasa a ser elemento esencial de la vida.

Para el Juez Silveira, los medios de comunicación tienen valor significativo para el ejercicio de la ciudadanía y control de los actos gubernamentales. “En un país continental como Brasil, el papel desempeñado, por ejemplo, por las radios comunitarias, en el sentido de suscitar la ciudadanía por la información, es de innegable valor” (2001: 35).

Para tener una comunidad ciudadana es preciso, primeramente, que tengamos ciudadanos que ejerzan su ciudadanía y de acuerdo con Schiller (1976: 22):

> “El ciudadano es el individuo que tiene conciencia de sus derechos y deberes y participa activamente de todas las cuestiones de la sociedad. Todo lo que pasa en el mundo, sea en mi país, en mi ciudad o en mi barrio, acontece conmigo. Entonces necesito participar de las decisiones que interfieren en mi vida. Un ciudadano con un sentimiento ético fuerte y conciencia de la ciudadanía no deja pasar nada, no renuncia a ese poder de participación. La idea de ciudadanía es ser alguien que cobra, propone y presiona el tiempo todo. El ciudadano necesita tener conciencia de su poder”.

En ese proceso, los medios de comunicación tienen el papel fundamental de informar, ayudando a la comunidad a saber, conocer, pensar y actuar. El papel de esa radiodifusión segmentada, nos relata Ruas (2002: 38), se vuelve cada vez más importante, pues “lamentablemente sabemos que en Brasil el ejercicio de la ciudadanía es limitado o impedido por la desigualdad social, el desempleo, la miseria, el analfabetismo o aun las diversas formas de violencia. Un país que no educa a su pueblo estará siempre expuesto a ser gobernado por políticos electos con base en la explotación de la miseria y de la ignorancia de gran parte de los ciudadanos”.

Las radios comunitarias, si comprendidas en el contexto de educadoras, pueden ser propulsoras de la ciudadanía y podrían significar un importante instrumento para el desarrollo. Las radios comunitarias pueden ser una renovación creativa en la radiodifusión, con el objetivo de llevar una nueva realidad a las comunidades que, de cierta forma, fueron excluídas del contexto social. Esa alternativa segmentada para la radiodifusión, relata Ruas (2002: 39), “nada más es que la creatividad humana imperando, por encima del conocimiento, en momentos de crisis. Es la percepción de la comunidad sobre la importancia, aún empírica, del “local”, en el proceso de desarrollo de una economía globalizada”.

> “El mundo, en verdad, tiene que ser entendido y sentido por sus sujetos como siendo su lugar, pues es a través de él que serán ofrecidas las posibilidades de su realización más eficaz. Por más globalizados que parezcamos estar, aún así debemos preocuparnos en desarrollar el local, pues es él que forma y constituye ese todo global” (2002: 39).

Según Ruas, un gran peligro que los propietarios de las emisoras comerciales notan es que las radios comunitarias, si bien utilizadas, despiertan en el oyente la ciudadanía, al promover el cambio de papeles. Atienden a una carencia creciente de comunicación, a nivel local. Son esas emisoras que se preocupan por temas que no tienen espacio en las comerciales: sus fiestas, la salud, la seguridad de la comunidad, entre otros. Temas que hablan del lugar donde las personas viven, construyen relaciones de sangre y de espíritu. Al menos así debería ser.

Marcondes (1994:162) afirma ese pensamiento cuando escribe:

> "Con este tipo de vehículo comunitario las comunidades pueden romper con el gueto a que están sometidas por los criterios de marginación predominantes en la sociedad. Ésa es la propuesta de este medio, que debe empeñarse en organizar movimientos sociales y unificar esfuerzos individuales en defensa de intereses comunes, normalmente menospreciados en la sociedad. Es la forma de la comunidad poder afirmarse y hacer valer su posición sin ser deglutida por las máquinas de información oficiales, públicas o privadas, que todo hacen, menos solucionar los problemas y las necesidades de esas comunidades".

Según Ruas (2004, 45), cuando hay esta ruptura por la actuación de las radios comunitarias, "hay la movilización de la comunidad para causas no personales y sí colectivas, pero que indirectamente afectarán a todos. Se puede decir que la fuerza que se forma es un factor de desarrollo local, es un factor para la mejoría de la calidad de vida de las personas que viven en aquella comunidad, donde está inserta una emisora legítimamente comunitaria".

Ruas concluye que la comunidad, cuando se trata de radio comunitaria y desarrollo local, sabiendo utilizar ese medio adecuadamente, tiene una estrategia fundamental para fomentar el proceso en el local y para el local.

> "Si la comunidad tiene informaciones suficientes para ejercer su ciudadanía, tendrá los subsidios necesarios para no dejar en las manos de los gobernantes una responsabilidad que también es suya. La responsabilidad social puede tener como punto de partida un vehículo comunitario, en el cual la comunidad hace su propia comunicación en pro de una colectividad, una comunicación concreta y real" (2004, 45).

Gran parte de la población de las pequeñas ciudades del interior de Brasil continúa cubierta por la lona del analfabetismo, de la pobreza y de la exclusión social y, por lo tanto, con inmensas dificultades de acceder y recibir informaciones básicas. La radio se ha mostrado un vehículo con gran popularidad junto a esas poblaciones, generalmente establecidas en las áreas más pobres del país y de las ciudades. La gran popularidad del vehículo es atribuida al carácter universal de su lenguaje – esencialmente coloquial, simple y directo – además de la empatía que busca establecer con el oyente al

atender sus demandas por ocio, música, entretenimiento, información y compañía.

Según Ruas (2004: 109), con las radios comunitarias la comunidad puede aprender y enseñar. Todos vendrían a hablar; hay diálogo en el plano público, producción de consensos para la resolución de las dificultades individuales y colectivas. A través de la difusión de ideas, elementos de cultura, tradiciones y hábitos, esas radios pueden ofrecer mecanismos de formación e integración de la comunidad. Disminuye la criminalidad, aumenta la solidaridad social, la seguridad colectiva, la ciudadanía, la democracia. Se concreta la libertad de expresión.

La ley 9.612 nos dice que esas emisoras no pueden pertenecer a empresarios, partidos políticos o religión. El espacio tiene que ser democrático, no pudiendo ser dominado por empresa, iglesia o partido político. La autorización para operar una radio comunitaria es atribución del Ministerio de las Comunicaciones (conforme el Art. 9º, párrafo 1º) - que dice:

> "Art.9 – para otorgar la autorización para ejecución del servicio de radiodifusión comunitaria, las entidades interesadas deberán dirigir petición al Poder Concedente, indicando el área donde pretenden prestar el servicio. § 1 – Analizada la pretensión en cuanto su viabilidad técnica, el Poder concedente publicará comunicado de habilitación y promoverá su más amplia divulgación para que las entidades interesadas se inscriban."

Para tener su proyecto aprobado, las asociaciones comunitarias, deben ser administradas por fundaciones/ asociaciones civiles, sin fines lucrativos, que se comprometan con la difusión de ideas, elementos de cultura, tradiciones y hábitos sociales de la comunidad. Además, deben prestar servicios de utilidad pública e información. La ley también determina que cualquier ciudadano de la comunidad beneficiada tendrá derecho a emitir opiniones sobre cualesquiera asuntos abordados en la programación de la emisora, pudiendo hacer reclamaciones, manifestar ideas y propuestas. No es permitida la publicidad comercial en este tipo de radiodifusión, pero la figura del "apoyo cultural" a los programas transmitidos es legal, desde que esos anunciantes hagan parte de la comunidad donde la emisora está instalada. Aun de acuerdo

con la ley, cada barrio o villa sólo puede tener una radio comunitaria y la instalación del Consejo Comunitario es fundamental para el carácter de la radio comunitaria. Su función es administrar la radio en toda su amplitud, incluyendo los aspectos administrativos y también programación musical y periodística. El Consejo Comunitario debe ser lo más abarcador posible, debiendo incluir asociaciones, sindicatos, etc. Este Consejo debe mantener en el aire programación con el tiempo mínimo de 8 horas por día y, obligatoriamente, retransmitir programas oficiales como "La Voz de Brasil"; pues quien no cumpla este dispositivo será punido.

4.14. Comunicación comunitaria y desarrollo local

Estamos en un momento en el que el desarrollo local está siendo convertido en una estrategia político-administrativa, una esperanza, un concepto de debate académico. De acuerdo con Román Rodrígues Gonzáles (1998: 6):

> "Cada vez se habla más de desarrollo local en congresos, libros, revistas... se crean cursos de especialización, se percibe como una puerta de trabajo para jóvenes licenciados, y en ocasiones se recurre a él como vía alternativa para el incremento de los niveles de vida y bienestar de las sociedades. Sin embargo se mantiene aún como una entelequia falta de una definición global y ampliamente asumida por todos los profesionales e investigadores de esta temática."

Ruas (2002: 20) cree que solamente a través del desarrollo local, por la aparición de potencialidades incubadas o encubiertas es que habrá, por parte de cualquier comunidad, un atajo para su inserción en ese proceso global y su desarrollo será apenas una consecuencia.

Nos cuenta Cogo (1998: 36) que las primeras experiencias de comunicación local surgieron con las Comunidades Eclesiales de Base:

> “Las experiencias de comunicación popular están, en realidad, en el origen de las propias CEB (Comunidades Eclesiales de Base) en Brasil. Fueron creadas escuelas radiofónicas, en la ciudad de Natal, como centros de educación y concienciación, semillas de iglesia. En 1965 eran 1410 escuelas radiofónicas de la Arquidiócesis de Natal. A través de ellas, se reunían grupos de personas para alfabetizarse, formar una comunidad menor que el pueblo y la parroquia. Todos los participantes eran católicos y el trabajo era orientado por la Arquidiócesis. Entonces, se catequizaba por la radio. Los domingos, las comunidades se reunían alrededor del aparato de radio para responder la misa que el obispo celebraba y para escuchar su palabra”.

En el trabajo de las Comunidades Eclesiales de Base - nos cuenta Ruas - en este período inicial, nótase que las formas de comunicación se entrelazan y representan sectores sociales claramente diferenciados. La comunicación de masa se relaciona con el capital internacional; la comunicación popular con la organización de los movimientos sociales de base. Además, en la mayor parte de los países latinos, comenta Congo (1998: 39):

> “La comunicación popular emerge en el interior de los movimientos y organizaciones sociales en medio a una conjuntura de profunda insatisfacción por parte del pueblo y de profundas restricciones a las libertades de expresión. En las décadas de 60 y 70 los regímenes autoritarios y dictatoriales controlan los medios de comunicación de masa, utilizándolos en favor de sus intereses y proyectos políticos. En un contexto como ese es comprensible que los medios de comunicación emergentes, no directamente sujetos a tal control, pasen a ser algo extremadamente real y de interés de la sociedad”.

Ruas (2004: 88) nos informa que “esta nueva forma de radiodifusión no vino a herir a los intereses económicos de las radios comerciales y no surgió para tomar el lugar de nadie, aunque reciba patrocinios culturales de empresas privadas”. No hace temer a las radios convencionales pertenecientes a los políticos brasileños, pero hay el recelo, por parte de ellos, de que ellas pulvericen la audiencia, ocasionando una pérdida de anunciantes para la venta de espacio publicitario en las radios comerciales.

La búsqueda del ideal comunitario y del local como punto de anclaje para la creación de una identidad y de un espacio de cobertura de los medios de comunicación llamados *alternativos* debe tener como punto de partida que

la democracia no se limita apenas a aumentar el número de vehículos y propietarios. La gestión participativa, la calidad técnica y el compromiso en cuanto a la elaboración de mensajes son componentes indispensables para que sea garantizado el cumplimiento del papel que profesan, bien como para que sobrevivan a una competencia que ya no se limita al monopolio regional o nacional.

"Small no es necesariamente beautiful", refuerza Mattelart (1996: 13), destacando también que lo local no puede simplemente ser puesto delante de lo mundial y de lo internacional, llevando a un movimiento de reducción del sentido y de las capacidades para actuar sobre situaciones concretas. De hecho, lo local sólo conquista verdadero interés cuando permite aprender mejor, por el ángulo de la proximidad, la interacción entre abstracto y concreto, vivido y universal, individual y colectivo. Tal es el decisivo y complejo desafío para las radios comunitarias en todo el mundo: redimensionar y valorar lo local, con base en un contexto global.

La hipótesis central es que el crecimiento de los medios de comunicación locales se debe a las modificaciones en el escenario de medios de comunicación, motivadas por la valorización de lo local, tanto como ambiente de acción político-comunicativa cotidiana, como por la oportunidad mercadológica que él representa.

Según Peruzzo (2003: 11), "en la práctica, algunas de las configuraciones de los medios de comunicación comunitarios se mezclan con las de otros tipos de medios de comunicación, especialmente el local, que a su turno pueden presentar puntos en común con aquélla de carácter comunitario, lo que acaba por generar dificultades de comprensión y de diferenciación entre los procesos de medios de comunicación comunitarios y medios de comunicación locales".

> "Lo local, aunque esté inserto en el proceso de globalización, o sea, vive en él y está sujeto a él, busca fortalecerse teniendo por base las singularidades locales. La valorización de lo local en la sociedad contemporánea es procesada por el conjunto de la sociedad y surge en el auge del proceso de globalización. Particularmente, hasta los grandes medios de comunicación de masa, que

> históricamente siempre dieron más atención a las comunicaciones de larga distancia y a los temas de interés nacional o internacional, pasan a regionalizar parte de sus contenidos" (2003: 11).

La autora, en éste su ensayo, dice que el interés por lo local se debió al hecho de que las personas también se interesan por lo que está más próximo o por lo que más directamente afecta sus vidas y no apenas por los grandes temas de la política, de la economía y así en adelante. "Curten las *benesses* traídas por la globalización, pero no viven solo de lo global, que en última instancia es una abstracción. Buscan sus raíces y demuestran interés en valorar las "cosas" de la comunidad, el patrimonio histórico cultural local y quieren saber de los acontecimientos que ocurren a su alrededor" (2003: 12).

La mega-sociedad en formación redefine conceptos de espacio y tiempo, desterritorializando el hombre de su entorno inmediato, de sus particularidades nacionales y locales. Las transformaciones tecnológicas asumen papel vital en el acortamiento de esas distancias, unificando el planeta, incorporando la metáfora-realidad de la aldea-global de McLuhan (1971). La población del mundo se aproxima a un imaginario común.

Sin embargo, a diferencia de las verdaderas tribus, de las legítimas aldeas, la metáfora que hoy se consubstancia en realidad es más repleta de simulacros y virtualismos que de sentido de comunidad. La humanidad asiste, al mismo tiempo en que participa, a la tribalización profetizada por el autor canadiense, pero el resurgimiento de un sentido comunitario y la vuelta de los vínculos personales estrechos concebidos por McLUHAN no integran los conceptos claves de la globalización. Surgen apenas como una consecuencia indirecta, fruto del redescubrimiento del valor local frente al global, por parte de sujetos que resisten frente a un proceso que los mantuvo al margen. La modernidad-mundo (Chesneaux, 1995; Ortiz, 1994) trae consigo nuevos desafíos, múltiples contradicciones, justamente porque los puntos unificados en este mundo excluyen las regiones periféricas, acentuando las actuales desigualdades. Los problemas que siempre persiguieron a la humanidad, lejos de ser superados, exigen una reordenación.

Para Renato Ortiz (1999: 59-60) tres aspectos caracterizan lo local: la proximidad del lugar (en contraste con lo distante); la familiaridad (asociada a la cuestión de las identidades y de las raíces históricas y culturales) y la diversidad (es plural, se opone a lo global o a lo nacional apenas como abstracción).

Las tres características apuntadas arriba ayudan, según él, a comprender la cuestión local, pero las dos primeras también son típicas de la comunidad. Ése es un indicativo de que la separación entre las dimensiones comunitaria y local es impracticable del punto de vista objetivo, siendo posible solamente apuntar sus características singulares. La comunidad se sitúa dentro de un espacio local, y el espacio local es siempre más amplio y diversificado que una comunidad.

A su turno, continúa Peruzzo (2003: 2),

> "los vínculos tienden a ser más estrechos en el espacio comunitario que en el nivel local. Existe comunidad dentro del espacio local cuando algunos de los segmentos sociales allí existentes presentan grados y formas de organización típicas de comunidad, como por ejemplo fuertes lazos de cooperación entre los individuos, sentimiento de pertenencia, interacción, participación activa de los miembros y la conjugación de intereses en común".

La autora continúa diciendo que en el espacio local las relaciones sociales entre aquéllos que viven o participan del cotidiano tienden a ser menos orgánicas y más heterogéneas entre sí, que en comunidades. Sin embargo, no existen calidades universales de clasificación del sujeto local. Cada espacio local es distinto del otro. Tiene sus singularidades y diversidades, simultánea y dialécticamente relacionadas. Lo mismo vale para la comunidad: cada una sólo puede ser comprendida en sus especificidades, aunque existan principios – científicamente comprobados – que ayudan para la comprensión del fenómeno comunitario.

> "Comunidad no puede ser confundida con barrio, ciudad o con segmentos étnicos, religiosos, de género, académicos, etc. Ella presupone la existencia de nexos más profundos y no meros aglomerados humanos" (2003: 3).

Según Ruas (2002: 5), implementar el desarrollo local es el desafío prioritario de muchos agentes e instituciones sociales en todo el mundo. “Ya no se trata solamente de una responsabilidad de los gobiernos, pero también de una preocupación de las comunidades sociales, de las administraciones locales y regionales”. También es un desafío de algunos vehículos de comunicación, dando énfasis aquí a los vehículos segmentados. Es notoria esa percepción en cuanto a la responsabilidad y participación, pues su público dejó de ser la masa y pasó a ser un público específico, segmentado y dirigido: caso de las radios comunitarias, donde apenas una atiende determinada comunidad.

> “Las radios comunitarias, al mismo tiempo en el que siguen el trinomio general de la radio de educar, divertir e informar, también son conocedoras de su vital importancia y responsabilidad en el desarrollo cultural y educacional del local. Su alcance es limitado a 25 KW y se diferencian de las demás radios comerciales por no procurar el lucro. Así se ven obligadas a descubrir las potencialidades de las comunidades en todos los sentidos, o por su aspecto social o por el económico, garantizando su supervivencia como vehículo de comunicación. El poder de movilización que la radiodifusión ganó a lo largo de los años, sobre todo el de la radio comunitaria, se acentúa poco a poco, pues permite que los sujetos, individuales o colectivos, comprendan su territorio y su función real dentro de él” (Ruas, 2004: 23).

Nos cuenta Ruas (2004: 25) que las Radios Comunitarias muestran que el mundo, en particular su comunidad, es un conjunto de posibilidades, cuya efectivación depende de oportunidades ofrecidas en el local en el que el individuo está. Esas oportunidades, bien aprovechadas, servirán de base para una calidad de vida decente, con más libertad y menos marginalidad, pues los sujetos pertenecientes a esa comunidad no sólo entenderán u oirán hablar a respecto de ciudadanía, pero, con seguridad, tendrán elementos para ejercerla.

En los últimos años viene ocurriendo una inclinación creciente de valorización del espacio local y comunitario por los grupos humanos en la dinámica de la vida cotidiana, en contrapunto con la masificación y las alteraciones de identidades motivadas por el proceso de globalización de los mercados.

> “Los medios de comunicación apenas adhieren a un movimiento societario más amplio ligándose a las nuevas demandas. Nos referimos no sólo a los grandes medios de comunicación, sino principalmente a la efervescencia, observada desde la década de 90 del siglo XX, de medios de comunicación locales, que pasan a prestar más atención a las dinámicas de los propios lugares donde se sitúan. Podemos notar el cambio de postura demostrado por TVs regionales, radios AMs y FMs comerciales etc., que pasaron a abrir más espacios para programas vinculados a las localidades donde se encuentran” (Peruzzo, 2003: 9).

Los medios de comunicación locales y comunitarios manejan los asuntos que conciernen más directamente a la vida de las personas en el espacio vivido de su cotidiano. Su marca es la proximidad, sintetizada en los sentimientos de pertenencia, de identidades y en los nexos del cotidiano. Es esa marca lo que también ayuda a garantizar su aceptación, el éxito que tienen junto a los receptores.

José Carpio Martin (1999), en el seminario internacional sobre perspectivas de desarrollo en Iberoamérica, dijo que:

> “... hablar de desarrollo local es saber que en nuestros días promover el desarrollo es el objetivo prioritario de muchos agentes e instituciones sociales en todo el mundo. Ya no es solo una responsabilidad de los gobiernos, sino que es una preocupación de los colectivos sociales, de las administraciones locales y regionales”

En realidad, aún nos dice Ruas (2002: 18), el desarrollo local trata, “como su propio nombre indica, de un desarrollo económico y social, localizado en un espacio concreto dentro de una dinámica de cambios”.

Es un proceso que afecta todas las estructuras productivas y sociales que se distribuyen por todos los territorios beneficiados por ese desarrollo.

> “Una diferenciación substancial y que debe ser citada: el desarrollo local no equivale directamente a un desarrollo económico. Evidentemente, para que se produzca un desarrollo económico es necesario que exista un crecimiento económico y productivo que lo sostenga. Sin embargo, el desarrollo local requiere una perspectiva mucho más compleja, la cual debe fundamentarse en el desarrollo global e integral, repercutiendo en la valorización y utilización de los recursos propios que posee cada territorio” (Ruas, 2002: 18).

En los tiempos actuales, nos dice Santos (1996:187), con el papel que la información y la comunicación alcanzaron en todos los aspectos de la vida social, el cotidiano de todas las personas se enriquece de nuevas dimensiones, principalmente la dimensión espacial. Al contrario de aquéllos que ven en el fenómeno de la globalización apenas la desterritorialización de los espacios provocada por la expansión de las tele-tecnologías y la proliferación de un imaginario multilocalizado, producido en escala planetaria por la industria cultural, los lugares, con sus prácticas locales, se volvieron – según la expresión de Milton Santos – el teatro de la constitución de una nueva identidad, que se orienta más por la intensidad que por la longevidad de las tradiciones y la acumulación de experiencias pasadas.

En Brasil, nos informa Ruas (2002: 32), "el enfoque de "desarrollo local" solo empezó a merecer espacio en nuestro medio, en la década de noventa, a través del Departamento de Geografía de las universidades brasileñas". Ávila (1999: 8), concuerda que aún permanecen cuestiones nebulosas en el horizonte conceptual de lo que signifique de hecho *desarrollo local*. El autor concuerda firmemente con José Carpio Martín (1999) cuando dice que:

> "El desarrollo local es el proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local, mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos existentes en una determinada zona, capaz de estimular y diversificar su crecimiento económico, crear empleo y mejorar la calidad de vida de la comunidad local, siendo el resultado de un compromiso por el que se entiende el espacio como lugar de solidaridad activa, lo que implica cambios de actitudes y comportamientos de grupos e individuos."

Los conceptos descriptivos analizados dejan margen al entendimiento de que el desarrollo local se refiere apenas a la mejoría de vida de una comunidad localizada, desde que la misma participe del respectivo proceso. En este aspecto, Àvila (1999: 11) comenta aunque:

> "(...) hay diferencia fundamental entre los significados de "desarrollo local" y de "desarrollo en el local" aun cuando con la participación de la comunidad. Pueden hasta ser conceptos contrarios, pero no contradictorios:

Desarrollo en el local: cualesquiera agentes externos que se dirigen a la comunidad localizada para promover las mejorías de sus condiciones y calidad de vida con la participación activa de la misma;

Desarrollo local: la comunidad misma deja florecer sus capacidades, competencias y habilidades de agenciamento y gestión de las propias condiciones y calidad de vida, metabolizando comunitariamente las participaciones efectivamente contributivas de cualesquiera agentes externos".

Según Ruas (2002: 25), comprendiéndose que desarrollo local es el proceso de aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos existentes en una determinada zona, capaz de estimular y diversificar su crecimiento económico, crear empleo y mejorar la calidad de vida de la comunidad local, las radios comunitarias vienen alcanzando ese papel en toda la extensión del concepto. Podemos así, analizar el desarrollo local por otro ángulo, como un proceso de cambio de una realidad para otra, insiriendo en ese proceso una renovación creativa, que proviene de la aplicación de conceptos alternativos e ideas nuevas, revolucionarias, que alteran el panorama y la realidad de un local, de un estado, y consecuentemente de un país. Según Cogo (1998: 18):

"Una radio comunitaria es definida por los objetivos que persigue: democratizar la palabra que está concentrada en pocas bocas y en poquísimas manos para que nuestra sociedad sea más democrática".

Regina Silva, profesora de la Universidad Federal del Estado de Minas Gerais (2003: 6) nos dijo que

"aunque sean cada vez más atravesados por la información, por la técnica y por la ciencias, cuando vistos bajo la óptica del cotidiano, los lugares se revelan como el abrigo de comunidades afectivas o estéticas que comparten la intensidad misma de la vida, más allá de valores y sentimientos que propician la identificación y la pertenencia común. La comunidad, sin embargo, no debe ser vista como algo destituido de conflictos o desentendimientos: lo que debe ser resaltado aquí es que la intersubjetividad ahí forjada, fundadora de todo sentido, contempla tanto el acuerdo cuanto el disenso".

Según ella, las marcas encontradas en el cotidiano, indeleblemente, alimentan un mirar que no se quiere tan sólo objetivo o subjetivo. El orden de las cosas, en constante estado de desorden, aporta para el ejercicio de leer

(¿comprender?) el mundo. La comunicación, en ese aspecto, cumple un papel fundamental: teje los (des)órdenes del cotidiano. En el hoy, cabe a ella la tarea de entrelazar las historias. Sus narrativas, atrofiadas o no, se inscriben y escriben el cotidiano. “Entendemos el cotidiano como los modos y las prácticas de vida que son compartidos, las prácticas culturales que históricamente se experimentan, en fin, los saberes que se median” (2003: 7).

Eso no excluye la radio libre de la responsabilidad para con la producción de culturas más globalizadas, más vueltas para el concepto de nación y de emancipación social. Por lo contrario, la cultura del cotidiano (de lo pequeño) establece identidades dentro de una diversidad que, ahí sí, lo global puede representar.

Es una cultura que normalmente no es catalogada por los grandes medios, no es registrada ni documentada. Una cultura que se pierde porque privilegia lo pequeño. Y lo pequeño, en la ideología del mega, nos dice Nunes (1995: 167) “es como el viejo, el feo y el enfermo. No hay espacio para ellos en la concepción de los que explotan el medio de comunicación tan sólo como medio mercantil”.

> “La población quiere comerciantes y políticos honestos, quiere placer y ocio, quiere mostrar su arte, su música y su poesía. Los portadores de Síndrome de Down, los homosexuales, los negros, las mujeres, las minorías, quieren comunicarse con sus pares. Todos quieren más democracia, que se traduce en la pluralidad representada por la intensidad de lo pequeño con su parcela de poder, que no existe sin acceso a las tecnologías” (Nunes, 1995: 166).

En la cultura del mega, continua Nunes, cuando el hecho es una inundación, por ejemplo, lo que va para los medios de comunicación son los casos de muerte, la tragedia, porque necesitan provocar interés por lo menos regional. “La población quiere lo nacional, quiere sentirse inserida dentro de un proyecto grande, pero en este caso ella está refiriéndose a la necesidad, a la supervivencia en el cotidiano. Quiere hacer uso de su derecho a la comunicación social”.

La radio comunitaria debería proponer exactamente el rescate de esa cultura adormecida en la mistificación entre lo popular y lo nacional, este

entendido aquí como el propio mercado. La identidad nacional, reforzada por el sistema en la red de comunicación social y por la distribución mercadológica de los bienes culturales, pasa a confundirse con el propio consumo. Un programa o un disco pasa a ser popular cuando es visto por una cantidad mayor de consumidores. "En ese sentido, se puede afirmar que lo nacional se identifica con el mercado" (Nunes, 1995: 168).

La propuesta de la radio comunitaria es exactamente abrir el abanico de opciones en la producción cultural. La preferencia nacional cede espacio también a la preferencia local, a los artistas locales, divulgando y haciendo circular en la intensidad de lo pequeño un mercado descentralizado de una producción cultural demarcada por una geografía no oficial. Es una propuesta que viene a llenar una laguna del sistema.

Según Nunes (1995: 176), al democratizar la comunicación social, es posible establecer nuevas condiciones para formar alternatividad futura en contenidos; por ejemplo, con la formación de una opinión pública más próxima de la realidad, con el desarrollo de la conciencia crítica y de la propia educación.

En la configuración de la nueva forma de la ciudad global digital y planetaria, sin fronteras, a que Javier Echeverría (1994 y 1999) denomina Telépolis para caracterizar el tercer entorno social donde las acciones - diferentemente del primer entorno, cuya vida y actividades estaban ligadas a la naturaleza, y del segundo entorno, relacionado a la sociedad industrial – son mediadas por las tecnologías digitales, la importancia atribuida a los contenidos locales es creciente.

Para el académico español, los asuntos locales también serán potenciados en el nuevo escenario de la ciudad global, Telépolis:

> “Los diversos circuitos de información local tendrán por tanto una importante función a cumplir, incluyendo los anuncios por palabras y los circuitos *underground*, como ya sucede en la Internet actual. La prensa electrónica local que proporcione unos buenos servicios al respecto podrá constituirse como un referente fundamental para este tipo de teleconsultas previas” (Echeverría, 1999: 318).

Suzana Barbosa (2003: 11) nos informa que las páginas WEB con contenidos locales - sean de periódicos, portales, guías urbanos y demás servicios - son una inclinación en la Web y atraen cada vez más audiencia, como confirman algunas investigaciones. En Estados Unidos, por ejemplo, los sitios de noticias locales fueron los que más lograron rendimientos durante el año de 2002: US$ 302 millones, de acuerdo con estudio sobre los costos con contenido online realizado por la ComScore en parcería con la Online Publishers Association.

En Brasil, aún no hay números específicos sobre contenidos locales, ni tampoco sobre las operaciones digitales regionales. Los institutos no especifican sus investigaciones de acuerdo con los tipos de contenido, ni tampoco suelen producir estadísticas que incluyan, por ejemplo, los portales regionales. Si esos levantamientos existen, son restringidos, pues normalmente las mediciones son hechas llevando en cuenta el tráfico de los grandes portales – que poseen contenidos diversificados para alcanzar amplias audiencias. Por otro lado, la ausencia de estadísticas puede reflejar, en cierta medida, la poca importancia atribuida a la prensa regional en el país, como observa Zélia Adghirni.

> "En Brasil, no tenemos una tradición de prensa local o regional fuerte. Los periódicos de referencia tienen sede en Río y en São Paulo de donde hablan para el resto de Brasil. Eso se reproduce en el periodismo online, con raras excepciones. Continuamos abordando cuestiones generales, nacionales, globales, sin pensar en los intereses de las pequeñas comunidades, de los barrios o incluso de las regiones. En Francia, por ejemplo, donde los periódicos regionales o locales son profundamente anclados en las tradiciones culturales, la Internet reforzó esta tendencia" (Adghirni, 2002: 10).

El Juez Silveira (2001: 119) va mas allá y dice en su obra que apenas el Municipio está, realmente, en condición de, después de realizado el mapeamiento del relieve de su territorio, de preferencia a través de curvas de nivel digitalizadas, determinar el número de radios comunitarias que él comporta, la potencia necesaria para cubrir toda su extensión, el direccionamiento de las antenas para evitar la interferencia de una en las otras,

bien como la altura del sistema irradiante, de modo de vencer los obstáculos, como las montañas, proporcionando, con eso, una mejor recepción del sonido.

Eso me parece muy utópico, pues sabemos que existen varias leyes que reglamentan el sector en el país y que el poder de otorga se encuentra resumidamente en "las manos" de la Unión, como debe ser.

4.14.1. El ejemplo de Radio Rocinha y Favela BH: la lucha por el reconocimiento

Las características de los modelos de radio institucionalizados en el país, cada vez más dirigidos para el "bussines", credencian la radio comunitaria a consolidarse como medio de comunicación local, con papel fundamental en el proceso de socialización de la información y en la construcción de la ciudadanía. Una vez respetado su carácter colectivo, desvinculada de grupos políticos, empresariales o religiosos, reúne las condiciones fundamentales para volverse un instrumento de acción, expresión cultural y de pensamiento libre de la comunidad en la que se encuentra inserta. Comprometidas con la comunidad, varias emisoras vienen logrando el reconocimiento popular por las actividades desarrolladas y logrando proyección nacional. Según Rego (2002: 4) "esta experiencia de comunicación, al margen de la ley, con finalidades diversas, e independientemente de su "patrocinio" principal, envolviendo poblaciones locales, nos pone delante de una realidad nueva. El interés provocado por el nacimiento de una radio local en las comunidades es siempre notable. Hay entusiasmo en la participación de los jóvenes: se gradúan comunicadores espontáneos, fuera de los parámetros consagrados".

El gran problema es que muchas no tienen licencia para operar y se enfadan cuando son llamadas de "piratas", "clandestinas" o "ilegales", una vez que no logran la otorga del medio junto a las autoridades. Para demostrar ese otro lado de las radios comunitarias, presentaremos un relato objetivo de las actividades desarrolladas por algunas emisoras no

reglamentadas que vienen destacándose en todo el país, entre las cuales están la Radio *Rocinha*, de Río de Janeiro, y la famosa Radio *Favela*, de Belo Horizonte.

Instalada en la *Rocinha*, considerada la mayor *favela* de América Latina, la Radio Rocinha FM, transmite en 105,7 MHz y cubre los 722.500 metros cuadrados de la favela:

> "Allá existen tres asociaciones de moradores, dos de mujeres, tres escuelas municipales, dos CIEPs y catorce guarderías. La renta per capita está alrededor de los dos salarios mínimos, o cerca de 600 reales, cuando se habla en renta familiar. (...) El comercio es intenso. Día y noche. Movimiento endosado por la Asociación Comercial de la Rocinha, que ha registrado más de 2 mil empresas, formales e informales, en su perímetro"[189].

Los moradores son, en su mayoría, inmigrantes del Norte y Nordeste de Brasil que trabajan en la prestación de servicio. De un modo general, la comunidad se caracteriza por estructuras familiares inestables, altos índices de iniciación sexual y embarazo precoces. Los jóvenes, con acceso limitado a la educación y empleo, son fácilmente atraídos por la vida del crimen y envolvimiento con el tráfico de drogas. Los moradores son unánimes en decir que enfrentan la discriminación por vivir en un área de "favela"[190].

Santiago (2002: 67) nos cuenta que a pesar de las dificultades, los 200 mil moradores están organizados en centros comunitarios, clubes y asociaciones no gubernamentales, y a través de la Rocinha FM se mantienen informados sobre el día a día de la comunidad, hacen reclamaciones, piden ayuda, y escuchan sus músicas preferidas, o sea, no sólo oyen, sino que también se hacen oír por la comunidad.

> "Entre los programas de mayor audiencia en la Rocinha está el programa popular presentado por Luciana Tavares, que dirige la radio junto con su esposo, Juscelino Tavares. Otro destaque es Carlos Costa, Carlinhos, que presenta un

---

[189] ROCINHA, um retrato do Brasil. Revista Raça Brasil, janeiro2000. Disponible en http://www2.uol.com.br/simbolo/raca/

[190] OS MENINOS e as meninas da favela: um programa de prevenção e mudança de comportamento em relação às DSTs/Aids . Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Disponible en http:// www.cfch.ufrj.br/Nucleos/rocinha.html

programa de prestación de servicio, donde exige de las autoridades mejorías para la comunidad, debate con representantes del poder público cuando algo está errado; organiza cursos técnicos y colonias de vacaciones para niños, adolescentes y personas mayores. Con el apoyo de la Radio Rocinha y de varias ONGs, los liderazgos naturales de la favela, van poco a poco, encontrando espacio, para organizar la comunidad y ofrecer a los moradores una vida más digna".

La Rocinha FM fue pionera en ese formato de radio en Brasil, que, al final de los años 90, llegó a todas las favelas cariocas. Además, en la propia favela de la Rocinha, fue instalada una segunda emisora "comunitaria", la radio Katana FM.

Otra emisora "comunitaria" que viene actuando con destaque en las favelas cariocas es la 103,3 - FM Jacarepaguá, montada por un grupo de jóvenes de la Ciudad de Dios, que encontraron en la música la forma de manifestación de la comunidad.

A ejemplo de lo que ocurre en Río de Janeiro, la radio local se reveló un canal de integración de las comunidades de la periferia, como también un importante medio de ejecución y divulgación del hip-hop, rap y otras manifestaciones musicales consideradas hasta entonces "marginales".

> "Perseguidas, injusticiadas, pero, bien o mal, teniendo ahora su acción reglamentada, las radios comunitarias - aún llamadas insistentemente por algunos de "piratas" - constituyen hoy el principal medio de difusión del rap brasileño. Sin espacio en las radios comerciales, el hip-hop descubrió en los últimos años que, para amplificar la "voz de la favela", o el "grito de la periferia", como esos poetas suelen llamar a su arte, lo mejor es usar micrófonos de pobre: las radios comunitarias"[191].

Otra emisora que viene destacándose por el trabajo realizado junto a la comunidad es la Radio Favela -104,5 FM. La emisora fue creada en 1981, en la Villa Nuestra Señora de Fátima, la mayor entre las once villas localizadas en el Aglomerado de la Sierra, Zona Sur de Belo Horizonte, que reúne cerca de 160 mil habitantes. Montada por un grupo de moradores, con auxilio de la Iglesia

---

[191] Pimentel, Spensy. Microfone aberto à população. Caros Amigos, São Paulo:Casa Amarela, n.3, set. p.9, set.1998.

Católica y de la Asociación de los Moradores, la radio empezó a funcionar "precariamente con un transmisor a batería, un tocadiscos a pila (aún no había energía eléctrica en la favela) y equipos improvisados", cuenta Misael Avelino dos Santos, fundador y director de la emisora:

> "La intención de crear un espacio para divulgar música y cultura negra, hablar de la discriminación contra los moradores de la favela y concientizar a los jóvenes de la comunidad en cuanto a los problemas relacionados a la violencia y a las drogas, agravados con la entrada del tráfico que entonces se instalaba en aquel local"[192].

A pesar de mudar de local constantemente, para escapar de la persecución de políticos y concesionarios de radiodifusión (la radio tuvo sus transmisores lacrados tres veces por la policía), la Favela FM se consolidó como portavoz de la Comunidad de la Villa Nuestra Señora de Fátima y favelas próximas, en la lucha por la dignidad y por el rescate de la ciudadanía de sus moradores:

> "La comunidad de la Villa Nuestra Señora de Fátima posee apenas 10% de saneamiento básico, 48% están servidos por colecta de basura, y aun agua corriente está disponible solamente para cerca del 70% de la población. Prácticamente no existe pavimentación en las calles, la comunidad sufre constantes amenazas de deslizamiento e inundación en la época de las lluvias y está lejos de tener sus problemas de urbanización, salud, educación, seguridad, etc, minimamente resueltos"[193].

En 1986, la Radio Favela dio inicio a su proceso de legalización. Reforzó su carácter comunitario, asumió la condición de entidad cultural, logrando un permiso del Ayuntamiento de Belo Horizonte, para funcionar como Asociación Cultural de Comunicación Comunitaria *Favela FM*. Ese proceso ayudó a disminuir la represión y posibilitó a la radio funcionar con un poco de tranquilidad, continuar prestando servicio a la comunidad, como destaca Misael Avelino dos Santos, director de la emisora:

> "Nuestra radio es diferente de las otras radios "piratas", pues hace un trabajo social, cultural y educacional. Nosotros no queremos ganar dinero, no somos

[192] RADIO FAVELA. Disponible en http://radiofavelafm.com.br
[193]Disponible en http://radiofavelafm.com.br

empresarios, sólo queremos ayudar a la población pobre y marginada de los morros. Por tanto, nuestra radio tiene una vocación social, es radio comunitaria por excelencia. Trabajamos por la dignidad y por el reconocimiento de la ciudadanía de los moradores de los morros. Luchamos contra el tráfico de drogas. No pueden prendernos como ladrones o traficantes" (Breguêz, 1999).

La Radio Favela se volvió el principal punto de referencia de los moradores de la Villa Nuestra Señora de Fátima, ofreciendo un servicio de utilidad pública, y operando como una red de comunicación entre los moradores.

A través de sus servicios se encuentran niños perdidos, documentos, se llama ambulancia, y como el teléfono es raro en las casas de la favela, la comunicación, los contactos y recados vía radio son muy comunes e importantes. Sin embargo la principal actuación de la Asociación Cultural de Comunicación Comunitaria Favela FM, se refiere a su trabajo educacional y preventivo en cuanto al uso de drogas, envolvimiento con el tráfico, robo y violencia, realizando lo que llaman de un trabajo de seguridad preventiva en el morro.

Ampliando sus actividades, la Favela FM pasó a ocupar un espacio importante en la estructura de la comunidad, asumiendo la responsabilidad de realizar un trabajo educacional y cultural. Utilizando recursos logrados a través de anuncios publicitarios de comerciantes locales, y con el apoyo de empresas, sindicatos, sociedades filantrópicas y de particulares, la directoria montó en la propia chabola (vivienda pobre) donde funciona el estudio de la Radio, un programa de acompañamiento escolar para cerca de 70 niños, donde ofrece en dos turnos, clases de refuerzo, material escolar y merienda. Gran parte del material escolar que se entrega a los alumnos es donado por los artistas independientes de Minas Gerais, cuando llevan sus CDs para ejecución en la radio. Según Misael dos Santos, éste es el "logro que la Radio Favela tiene. Es la formación de los chavales", explicando que por el hecho de estar en la comunidad, "resulta más fácil instruir a las personas que criticarlas"[194].

---

[194] Depoimento de Misael dos Santos, diretor e locutor da Rádio Favela ao repórter Caco Barcelos, no programa "Espaço Aberto" , levado ao ar no canal de TV Globo News, no dia 20 de setembro de 1998.

En reconocimiento al trabajo que desarrolla, en julio de 97, la Radio Favela recibió el premio de la ONU en el Día Mundial Contra las Drogas. En agosto de 98, fue la única radio brasileña a participar del 7º Encuentro Mundial de Radios Comunitarias, realizado en Milán, Italia, y fue considerada por el Sindicato de Periodistas de Alemania como una revolución en los medios de comunicación del Tercer mundo.

Omiso e inoperante en el área social, el Estado no encontró el apoyo necesario para reprimir y mantener cerrada la Radio Favela, que aun no reglamentada, despuntó en 1999 entre las mayores audiencias de la radio de Belo Horizonte. Por el contrario, reconociendo la capacidad de penetración y la fuerza de movilización popular de la emisora, el Gobierno del Estado de Minas Gerais y el Ayuntamiento de Belo Horizonte pasaron a vehicular en su programación informativos y campañas de programas de saneamiento, salud, educación, limpieza urbana, seguridad, además de boletines de alerta contra los peligros de desmoronamiento e inundación en áreas de riesgo, entre otros.

La Radio Favela se caracteriza también por la programación variada, mezclando información, prestación de servicio y entretenimiento, y por funcionar con las puertas abiertas a los moradores de la comunidad , que pueden a cualquier momento ocupar sus micrófonos para dar recados, presentar sus reclamaciones, hacer denuncias u ofrecer una música. Un proceso marcado por la interactividad y que llevó al director Misael Avelino dos Santos a clasificar la radio como el "Internet del *favelado*", al revelar que la Favela FM recibe diariamente cerca de 700 telefonemas:

> "La mayoría es de moradores del morro que usan la estación para hablar con la familia. De esa forma, es común oír que un tal "Paco avisa que va a trabajar horas extra"" (Paiva, 1998).

En septiembre de 1999, el Judiciario de Belo Horizonte determinó que la radio fuese lacrada y que los equipos fuesen aprehendidos. Concomitantemente, "pidió a Anatel, órgano que rige el sector de

Telecomunicaciones, el reconocimiento oficial[195] de la Radio, debido "a su valor"[196]. Reconocida por la ONU y diversas instituciones nacionales e internacionales por el trabajo desarrollado, principalmente en las áreas de educación y cultura, restaba a la Radio Favela ser reconocida por el Gobierno brasileño. Después de 23 años de ilegalidad, la Radio Favela logró la concesión para utilizar un canal de frecuencia modulada, no como Radio Comunitaria, sino en la condición de Radio Educativa. El 25 de enero de 2000, en ceremonia realizada en el estudio de la radio, en la Calle Flor de Mayo 85, Misael Avelino dos Santos, en nombre de la directoria de la Asociación Cultural de Comunicación Comunitaria Favela FM recibió del Ministro de las Comunicaciones, Pimenta da Veiga, la portería de concesión de un canal de FM educativo, transformando la emisora comunitaria Radio Favela en Radio Educativa Favela FM 104,5.

Con la concesión, caso único en el país, la emisora podrá ampliar su señal, remunerar profesionales y recibir inversiones oficialmente, lo que deberá ocurrir "sin perder la dignidad", según Misael dos Santos, resaltando que la "población de las favelas, público-blanco de la radio, continuará encontrando en la emisora una portavoz de la comunidad, además de percibir una programación cada vez más dedicada a la mejoría de vida de las 600 mil personas que viven en las favelas de Belo Horizonte"[197].

---

[195]La "Radio favela", de Belo Horizonte, antes unas transmisión clandestina de radiodifusión sonora, fue la primera radio pirata a tener su otorga regularizada por el Ministerio de las Comunicaciones, por medio del Mensaje Presidencial n.318, de 2000.
Proyecto de decreto legislativo N. 576 de 2000.
(De la Comisión de Ciencia y Tecnología, Comunicación e Informática) MENSAJE N. 318/00
Aprueba el acto que otorga permiso a la Fundación Educativa Cultural Comunitaria de Belo Horizonte, para ejecutar servicio de radiodifusión sonora en la frecuencia modulada, con fines exclusivamente educativos, en la ciudad de Belo Horizonte, Estado de Minas Gerais.
(A la Comisión De Constitución y Justicia y de Redacción (art. 54).
El Congreso Nacional decreta:
Art. 1º Es aprobado el acto a que se refiere la Portería N. 15, de 26 de enero de 2000, que otorga permiso a la Fundación Educativa Cultural Comunitaria de Belo Horizonte para ejecutar, por el plazo de diez años, sin derecho de exclusividad, servicio de radiodifusión sonora en frecuencia modulada, con fines exclusivamente educativos, en la ciudad de Belo Horizonte, Estado de Minas Gerais.
Art. 2º Este decreto legislativo entra en vigor en la fecha de su publicación.
Sala de comisión, el 28 de junio de 2000. Diputado Salvador Zimbaldi.

[196] SILVA, Paulo Henrique. Rádio ganha concessão e não perde o caráter. Jornal Hoje em Dia, Belo Horizonte, 25 jan.2000. Disponible en http://www.hojeemdia.com.br/hojedia.cgi

[197] Araujo, Tânia. Favela festeja concessão. Jornal Hoje em Dia, Belo Horizonte, 26 jan.2000. Disponible en http://www.hojeemdia.com.br/Hojedia.cgi

Veamos a continuación una declaración del señor Misael, responsable por la Radio Favela, a la investigadora Luciana Sardinha que le preguntó si la legalización de la Radio Favela fue buena para la emisora y si la Radio Favela había conseguido cumplir las determinaciones legales.

> "La legalización fue buena tan sólo en el sentido de que no sufrimos represalias por su funcionamiento. Sin embargo, es de destacarse que la emisora tiene que cumplir una serie de determinaciones del Ministerio de las Comunicaciones y de la Anatel que, muchas veces, son difíciles de ser observadas. Los transmisores exigidos son muy caros y tienen fecha de caducidad. El nuestro costó cerca de 120 mil reales y el plazo de funcionamiento es de apenas tres años, que ya vence el próximo año; y ya vislumbramos que no conseguiremos adquirir uno nuevo, teniendo en cuenta su alto costo, sin contar que es necesario presentar también un proyecto técnico a ser elaborado por un ingeniero. Además, en lo tocante a nuestra programación, muchas veces el Poder Concedente nos alerta de que no podemos decir eso o aquello y que el lenguaje que utilizamos no es el más adecuado". (…) "El poder que autoriza el funcionamiento de la Radio da con una mano e intenta sacar con la otra. Eso es muy peligroso. El poder quiere que utilicemos el lenguaje de ellos, pero nuestro lenguaje es distinto. Para tener una idea, la radio tuvo importante actuación en las últimas elecciones, concientizando a los electores. Treinta y un diputados no lograron reelegirse gracias a ese trabajo de concienciación de la Radio" (Sardinha, 2004: 174, 275).

Las experiencias relatadas demuestran ser posible transformar la radio en un medio interactivo de comunicación, como propuso Bertolt Brecht, canalizando toda su potencialidad a favor de la comunidad, a través de acciones sociales, culturales y educativas. Gracias al servicio de esas emisoras, millares de personas están recibiendo nociones de higiene, informaciones sobre salud, conociendo sus derechos y acompañando en tiempo real, todo que ocurre en su comunidad.

4.15. A modo de balance

Es importante resaltar, nos cuenta Santiago (2002: 103), "la expectativa que despierta la radio comunitaria entre los sectores organizados de la

sociedad brasileña. Más que un medio de comunicación, representa un medio de fomentar la integración de la comunidad, el desarrollo social, cultural y político, funciones que deberían estar siendo cumplidas por las emisoras comerciales". Es la posibilidad, nos dice el autor, de una radio participativa, donde los ciudadanos tengan el derecho de asumir el micrófono y decir lo que piensan y no solamente ofrecer una música, participar de un sorteo o mandar un recado. Esta es la característica de la radio comunitaria, que hace la diferencia: quien habla y quien oye es la comunidad, como resalta el periodista Nivaldo Manzano, que participa como voluntario del movimiento en defensa de las radios comunitarias:

> "Lo que caracteriza y diferencia, en lo esencial, una emisora comunitaria de las demás, es pertenecer a la comunidad, ser organizada, dirigida, pautada y operada por la comunidad (1996: 13)".

Bajo control de la comunidad, la radio podría ser utilizada como un instrumento de integración, para estimular el ocio, la cultura y fortalecer la convivencia social; y quizás, aproximar las personas, movilizar a los jóvenes y hasta disminuir la violencia. De acuerdo con la Ley de Radiodifusión Comunitaria, cada barrio o villa podrá tener su emisora, lo que posibilita a la comunidad establecer su representatividad, una vez que para lograr la licencia de explotación del servicio, la sociedad o asociación que se habilite, deberá incorporar los diversos segmentos que componen la sociedad local. La comunidad ganaría fuerza para debatir sus problemas y exigir de las autoridades una solución. El comercio local, a su turno, ganaría un vehículo para divulgar sus productos y servicios, auxiliando en contrapartida en el mantenimiento de la emisora, a través del apoyo cultural.

Con la reglamentación de la Radio Comunitaria, una práctica común en la radio estaría con sus días contados: el arrendamiento de espacios para personas o entidades. A las personas de la comunidad sería ofrecida la oportunidad de mostrar su talento, sea produciendo o presentando un programa, sin tener que pagar por eso. Al mismo tiempo, estaría siendo abierto un canal de divulgación para los músicos y cantantes locales y aun nombres de proyección nacional, todos los que no encuentran espacio en las emisoras

comerciales, comprometidas con los productos de las empresas multinacionales, que dominan el sector fonográfico. Como podrá abrir espacio a los artistas marginados, la radio comunitaria podrá dar voz a la representación comunitaria, proyectar nuevos líderes. Por esa razón, la cuestión que envuelve la radio comunitaria pasa por la política y no por lo financiero. Sabemos que una emisora comunitaria, con recursos técnicos y tecnológicos limitados, no representa concurrencia para una emisora comercial, equipada con los más modernos soportes para la producción e inserción comercial. Pero ella podrá influir en la formación de la opinión pública y proyectar nuevos liderazgos, lo que deberá ocurrir a medida que las personas empiecen a participar activamente de su programación y actividades. Por eso, la radio comunitaria representa un importante instrumento para el ejercicio de la libertad de expresión y la consolidación del proceso democrático en el país.

Para Valdir de Castro Oliveira (2003), las radios comunitarias pueden producir aquello que se llama en política de *societal accountability*, o sea, el proceso internacional en que personas y comunidades pueden interpelar, públicamente, de afuera hacia adentro, las instituciones y las autoridades públicas y privadas para que contesten o presten cuentas sobre sus actos, acciones y decisiones, al público.

> "Fueron esas posibilidades de promoción de responsabilidades públicas y de lucha social que estimularon la emergencia de presiones políticas en el país para reglamentar la radiodifusión comunitaria por parte del Congreso Nacional, resultando de allí la creación de la Ley 9.612/98 que reglamentó la radiodifusión comunitaria" (Oliveira, 2003).

A pesar de que muchas radios comunitarias se transforman en simple copia del modelo mediático convencional y comercial, existen significativas e innovadoras experiencias siendo desarrolladas en todo el país.

Peruzzo (2004), en su obra intitulada *Comunicación en los movimientos populares*, condensa en una nota a pie de página en la página 253, el principal problema identificado por esta tesis. Dice ella que "en cuanto a la ilegalidad, las radios comunitarias hasta pueden serlo delante de la legislación de las telecomunicaciones (ley n 4.117/62 y decreto ley n 236/67), pero no lo son ante

la Carta Magna del País (principal argumento de los defensores de las radios libres)– que garantiza que “es libre la expresión de la actividad intelectual, artística, científica y de comunicación, independiente de censura o licencia[198]” (art5 IX) y que “la manifestación del pensamiento, la creación, la expresión y la información, bajo cualquier forma, proceso o vehículo, no sufrirán cualquier restricción” (art. 220)”. Estos últimos, son los principales argumentos utilizados por los defensores de las radios ilegales.

Sobre tal polémica, nos fundamentamos en los conocimientos de Luciana Raso Sardinha, autora de la obra “Radiodifusión: El control estatal y social sobre sus otorgas” que dice que la propiedad de la frecuencia es exclusiva de la Unión[199], que administra el espectro radioeléctrico. Por principio, nos dice la autora, “la frecuencia es propiedad exclusiva de la Unión, que es la administradora del espectro radioeléctrico, del espacio aéreo y terrestre donde transitan las ondas radioeléctricas”. En ese sentido, continúa,

> “la frecuencia de radiodifusión no se configura propiamente como un bien, en los términos del derecho privado, especialmente por ser innegociable, no estando sujeta, aún, a arresto, secuestro o embargo; tampoco podrá ser consignada en caución; la radiodifusión es uno de los servicios que no se someten al control de tarifas públicas, o sea, son servicios no tarifados; son otorgados *intuitu personae*, o sea, en razón de las personas que se proponen ejecutarlos, en nombre de la Unión”.

Según Sardinha (2004: 113-114), compete a la Unión el riguroso control de la composición de los cuadros societario y directivo de las personas jurídicas que se constituyen para su explotación, debiendo ser informada al Congreso Nacional cualquier alteración del control societario de las empresas

---

198 Art. 5º de la CF - Todos son iguales ante la ley, sin distinción de cualquier naturaleza, garantizándose a los brasileños y a los extranjeros residentes en el País la inviolabilidad del derecho a la vida, a la libertad, a la igualdad, a la seguridad y a la propiedad, en los términos siguientes:
IX - es libre la expresión de la actividad intelectual, artística, científica y de comunicación, independientemente de censura o licencia;
199 Art. 21 da CF- Compite a la Unión:
XI - explotar, directamente o mediante autorización, concesión o permiso, los servicios de telecomunicaciones, en los términos de la ley, que dispondrá sobre la organización de los servicios, la creación de un órgano regulador y otros aspectos institucionales;
XII - explotar, directamente o mediante autorización, concesión o permiso:
a) los servicios de radiodifusión sonora y de sonidos e imágenes;
c) la navegación aérea, aeroespacial y la infraestructura aeroportuaria;

explotadoras del servicio, en la forma del párrafo 5º del art. 222 de la Constitución que dispone: “Las alteraciones de control societario de las empresas de que trata el párrafo 1º serán comunicadas al Congreso Nacional”: y, finalmente, son los únicos servicios sujetos a la concesión, permiso o autorización cuyos actos, sean de otorga, de renovación o de no renovación del plazo de su vigencia, expedidos por el Poder Ejecutivo, son sometidos a la apreciación del Congreso Nacional (párrafo 1 del art. 223 de la CF/88) y cuya extinción, antes de vencido el plazo consignado en el acto de otorga, depende de decisión judicial (párrafo 4º del mismo artículo).

> “Los servicios de radiodifusión, por sus singularidades, se sujetan a control más amplio que los demás medios de comunicación. La difusión de sonidos e imágenes es peculiar en el modo en que el mensaje alcanza al destinatario. En verdad, la lectura de un periódico, de un diario, o de un libro es precedida por actitud más proactiva y consciente del lector. Ya el mensaje en la radiodifusión, en especial el mensaje televisivo, puede alcanzar un público de pequeña madurez o discernimiento y, muchas veces, a efectos de proteger ese público, la legislación patria prevé la utilización de algunos mecanismos que minimicen el riesgo. Ninguno de esos mecanismos, sin embargo, en el contexto del Estado Democrático de Derecho, autoriza la censura. El control es hecho por la averiguación del cumplimiento de principios sectoriales y de normas generales y abstractas preexistentes, previstas en la CF/88, y de actos normativos legítimamente editados, dando ocasión a la eventual imposición de consecuencias jurídicas por su incumplimiento” (Sardinha, 2004: 126).

Pero no podemos olvidar aún, ante todo cuanto ya fue dicho sobre quien deba regular el espacio radioeléctrico de esta nación, que la Constitución Federal en su artículo 22 dice que: “Compete privativamente a la Unión legislar: (...) IV – aguas, energía, informática, telecomunicaciones y radiodifusión”. Ya el Juez Silveira afirma vehementemente que “cuando la Constitución dice en el artículo 21 que compete a la Unión Federal legislar sobre telecomunicación y radiodifusión, en realidad está diciendo en aquello que sea de la capacidad de ella, o sea, cuando haya un interés nacional en juego o involucrando más de dos Estados. Ahora, cuando el interés es eminentemente local, como es el caso de las radios comunitarias, es inconcebible que la Unión quiera disciplinar como hace actualmente, la altura de una antena, el alcance de un barrio o villa, porque es ingerencia en los asuntos municipales".

Ya Sardinha (2004: 69), nos advierte que el espectro radioeléctrico es uno bien finito y su utilización debe observar, incluso, normas internacionales de la Unión Internacional de Telecomunicaciones – UIT. Para M. Seabra Fagundes200, “(...) estando la disponibilidad de los canales en dependencia de convenciones entre diversos países, impónese la centralización en el ámbito nacional, del poder de usarlos o concederlos”.

Para ejemplificar algunos otros principios contradictorios encontrados en la legislación brasileña, Sardinha (2004: 71), cita: la Constitución, que establece en el art. 5º, inciso XXII, “es garantizado el derecho a la propiedad”; y en el inciso XXIII, “la propiedad debe cumplir su función social”; y en el inciso IX, “ es libre la expresión de la actividad intelectual, artística, científica y de comunicación, independientemente de censura o licencia”; y en el inciso X, “son inviolables la intimidad, la vida privada, el honor y la imagen de las personas”. Quizá el ejemplo que más interese al contexto de esta investigación sea el mencionado en el párrafo 2 del art. 220, que dispone: “Es vedada toda y cualquiera censura de naturaleza política, ideológica y artística”; y dice el art. 221 en su inciso IV: “La producción y la programación de las emisoras de radio y televisión atenderán a los siguientes principios: (...) respeto a los valores éticos y sociales de la persona y de la familia”.

En ese diapasón, es imperioso que se haga una interpretación sistemática de la Carta Magna. La libertad de expresión y el fin de la censura no constituyen, según la autora, un “cheque en blanco” a favor del radiodifusor.

> “Existen límites, existen balizas que nos son suministradas no solo por los principios de la comunicación social expresos en el art. 221, pero también por los principios de la razonabilidad y de la dignidad de la persona humana. El cierne de la cuestión reside en la dificultad de delimitar el exacto punto donde termina la defensa de los valores morales y éticos sobre los que reposa la sociedad, y dónde se inicia la persecución de fines recriminables” (Sardinha, 2004: 71).

Así también lo ve Neto (2002: 34), diciendo que “(...)es cierto que la Carta Magna asegura la libre manifestación del pensamiento y el pleno ejercicio e incentivo a los derechos culturales, pero ella misma impone

[200] Fagundes, M. Seabra. O regime legal do rádio e da televisão em face da Constituição Federal. Revista de Direito Administrativo, n.65, p.51-52.

limitaciones, como no podría dejar de ser a bien de la convivencia social, puesto que ninguna garantía constitucional puede ser usada contra la colectividad o servir de escudo protector para la práctica de ilícitos penales"

Es cierto que, faltando una reglamentación actualizada y directa, lo que tenemos es un enmarañado de leyes, decretos, porterías y normatizaciones. Esta confusión jurídica y el carácter obsoleto de nuestra legislación acabaron por concretar una situación de vacío regulatorio. Esa especie de mercado libre, donde todo es permitido, acaba siendo muy interesante para aquellas empresas con una larga historia de derechos adquiridos en el sector (y, por lo tanto, de posiciones cristalizadas). Sin embargo, es extremadamente nociva para la sociedad como un todo. Por lo tanto, urge poner en discusión una nueva reglamentación del sector de comunicación de masa, en la línea en que ya fue hecho con el sector de telecomunicaciones.

En este apartado se pretendió presentar las principales cuestiones relacionadas al marco legal del sistema de comunicaciones brasileño. La problematización de la cuestión apuntó la necesidad de (re)pensar la regulación del sector, así como observó la conducción de la temática por los gobiernos desde la década de 20. En una confusión explícita entre interés público y privado y una deliberada ausencia de un debate relevante, la política nacional para la radiodifusión se ha caracterizado por la falta de reconocimiento de la necesidad de abrir un amplio proceso de redefinición del marco regulatorio. Con esto, lo que se ve es un enmarañado de leyes conflictivas y, muchas veces, incompatibles con la realidad y con el propio orden constitucional vigente; caldo de cultura perfecto para la creación de un limbo regulador o, más explícitamente, de un paraíso para los grupos político-económicos con intereses consolidados en el sector.

Es un sistema bastante complejo[201]. Interesante es notar que en este sistema tenemos la sociedad como principio y fin: es ella quien autoriza al

[201] Sin embargo, debemos considerar la lección preciosa de Luís Roberto Barroso que enseña, en conferencia de abertura del II Congreso Brasileño de Derecho de Estado, ocurrido en Salvador en el período de 23 a 25 de abril de 2003: "La Constitución Federal trae principios a veces contradictorios, siendo necesario que el operador del derecho al interpretar la ley mayor si valga de los principios y busque dar una interpretación teológica del derecho". (Barroso, Luis

Estado – a través de sus representantes electos – a administrar y regular el sistema de comunicaciones; sin embargo, también es ella quien recibe las consecuencias de aquello que es vehiculado por este mismo sistema.

Concluyendo, podemos decir que de acuerdo con la legislación en vigor, tener una radio comunitaria clandestina funcionando puede dar cárcel. Uno de los principales dispositivos usados en estas situaciones es el artículo 70 de la Ley nº 4.117/62, antiguo Código de Telecomunicaciones, que fue modificado por el decreto 236 en 1967, durante el régimen militar. El artículo considera crimen la instalación o la utilización de telecomunicaciones fuera de lo que especifica la ley, lo que incluiría las radios comunitarias sin licencia.

Del punto de vista legal, el otorgamiento de permiso, concesión y autorización para ejecutar los servicios de radiodifusión sonora y de sonidos e imágenes están admitidas en la alinea a, inciso XII, del art. 21, de la Constitución Federal. La Constitución también establece, en su art. 223, la atribución para que el Poder Ejecutivo pueda otorgar concesión, permiso y autorización para el referido servicio, al mismo tiempo en el que condiciona la eficacia del correspondiente acto a la deliberación del Congreso Nacional. La legislación aplicable al servicio de radiodifusión comprende el Código Brasileño de Telecomunicaciones – la Ley nº 4.117, de 27 de febrero de 1962, y el Decreto-ley nº 236, de 28 de febrero de 1967. Ya la otorga del Poder Público, para la ejecución de servicio de radiodifusión de sonidos e imágenes, con fines educativos, es regulada por el Decreto nº 52.795, de 31 de octubre de 1963, con la redacción del Decreto nº 91.837/85, el Decreto nº 2.108/96 y la Portería Interministerial nº 651/99 (MEC/MC). De acuerdo con esos instrumentos jurídicos, la otorga de concesión para ejecución de servicio de radiodifusión de sonidos e imágenes, con fines exclusivamente educativos, independe de edicto. Además, otros dispositivos vienen a constituir la trama legal de las telecomunicaciones en general y de la radiodifusión, específicamente.

La llamada paradoja de la radiodifusión, introducida en el tiempo de la revisión de la Constitución Federal, en1995, separó los servicios de radio y

---

Roberto. Uma nova interpretação constitucional no Brasil. Congresso Brasileiro de Direito de Estado, 3, 23 a 25 de abril de 2003. En Sardinha, 2004: 70).

televisión de los llamados servicios de telecomunicación. Con la argumentación de que, por el agotamiento del Estado en proveer recursos para el desarrollo del sector de telecomunicaciones, cabría al mercado explotar esos servicios, fue enmendado el art. 21 de la Constitución, determinándose que los servicios de telecomunicaciones y los servicios de radiodifusión serían ejecutados directamente por la Unión o a través de concesión, permiso y autorización. Los servicios de telecomunicaciones serían, así, explotados en los términos de la ley, y hoy son disciplinados por la Ley nº 9.472, de 16 de julio de 1997: la Ley General de Telecomunicaciones (LGT). Ya para los servicios de radiodifusión sería mantenida la estructura legal vigente, o sea, la Ley nº 4.117/62. En lo que concierne a la radiodifusión cabe a la Agencia Nacional de Telecomunicaciones, la Anatel, la capacidad por el gerenciamiento del espectro. La Ley nº 9.472, en su artículo 215, revocó la Ley nº 4.117, salvo en cuanto a materia penal no tratada en esa ley y en cuanto a los preceptos relativos a la radiodifusión.

Representantes de los movimientos sociales consideran que la ley trata a los representantes comunitarios (en verdad, muchas veces defensores de la radiodifusión ilegal) como criminosos. "Un crimen es matar a una persona, es robar, asaltar. Ahora, cometer una irregularidad porque no tiene una autorización y por eso ir a la cárcel, o ser acusado de formación de cuadrilla es, por lo menos, una exageración", afirma Dioclécio Luz, escritor y miembro del Sindicato de los Periodistas del Distrito Federal[202].

En 1997 se creó una nueva Ley General de Telecomunicaciones (9.472/97), que aumentó la punición dada por el artículo 70 de la Ley nº 4.117/62: el artículo 183 de la LGT pune con dos a cuatro años de prisión a quien "desarrollar clandestinamente actividades de telecomunicación". Según el superintendente de fiscalización y radiofrecuencia de la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (Anatel), Edílson Ribeiro dos Santos, aunque la LGT no esté entre las normas citadas por la legislación específica de la radiodifusión comunitaria, es utilizada por reglamentar el uso del espectro de radiofrecuencia, por el cual la Anatel es responsable.

[202] Leis permitem prisão de responsáveis por rádios sem licença Fuente: Agência Brasil; http://www.aesp.org.br/noticias_2005_02_17.asp

El superintendente de la Anatel advierte que el propio código del proceso Penal puede ser usado también para incriminar a los responsables por las radios no autorizadas, y en ese caso ni es preciso preaviso. "Literalmente, no necesita hacer la notificación. Como es un acto delictuoso, y siendo en flagrante, cualquiera del pueblo puede hasta dar voz de prisión", declara. El juez Francisco de Assis Betti, de la 9a Vara Federal de Belo Horizonte, testifica: "Prisión en flagrante independe de mandato[203]".

Vale recordar que las radios comunitarias autorizadas tampoco están libres de penalidades. Pueden recibir advertencias, multas, interrupción del servicio y hasta revocación de la autorización. Varias leyes pueden servir de base para la Policía Federal y la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (Anatel) en sus acciones contra esas radios comunitarias. Infracciones contra la Ley nº 9.612 y el Decreto nº 2.615, ambos de 1998, que especifican el funcionamiento de las radios comunitarias.

El desarrollo reciente de la radio, unida a su tradicional flexibilidad, está permitiendo que pese a múltiples dificultades como las reseñadas el medio se convierta en el mejor aliado de las minorías, y por ello en un medio que favorece el pluralismo y que defienda la multiculturalidad. No parece que esa vocación peligre globalmente, pero si es cierto que debe ser defendida, pues son muchos los países en los que tal vocación encuentra obstáculo tras obstáculo.

La radio comunitaria se ha convertido, con el pasar de los años, en una herramienta indispensable para el desarrollo de las comunidades. Las personas pueden reconocerse, identificarse y, además, comunicarse entre ellas. Las radios comunitarias pueden ser los mejores estandartes de nuestra cultura.

[203] Leis permitem prisão de responsáveis por rádios sem licença Fuente: Agência Brasil; http://www.aesp.org.br/noticias_2005_02_17.asp

CAPÍTULO V

La radio comunitaria en la comunidad

5.1. Introducción

Junto con las primeras experiencias radiofónicas en el principio del siglo, vinieron los estudiosos teóricos del asunto. Entre ellos podemos destacar a Bertolt Brecht, que captó las potencialidades y comprendió las características de este medio de comunicación, muchas de ellas aún no exploradas.

Según él, el oyente no debería apenas oír, sino también hablar: no separarse sino quedar en comunicación con la radio. La radiodifusión debería alejarse de las fuentes oficiales de abastecimiento y transformar a los oyentes en los grandes proveedores.

Queda claro la preocupación de Brecht con las posibilidades de este medio de doble mano de participación, pero poco explorado. El control, normalmente, es siempre del emisor. No teniendo el oyente condición de interferir en el proceso a través de opiniones, estando restricto a la participación por teléfono, a peticiones de músicas previamente seleccionadas, reclamaciones de servicios y a explotaciones melodramáticas de cartas generalmente en programas policiales. No que nosostros tengamos algo en cuentra a eso, hasta porque ya nos decía Balsebre (2004: 92) que,

> "El valor especifico de la musica en la radio, sin embargo, no hay que buscarlos en la mayor o menor adecuación de unos determinados géneros o estilos musicales a las características de la radio como medio de difusión. Hemos de integrar el valos simbólico y significativo de la música en el sistema semiótico del lenguaje radiofónico como un elemento expresivo más y analizar sus distintas manifstaciones".

Dentro de ese espectro, podemos afirmar que la comunicación de masa, bajo el dominio de la industria cultural, se vuelve entonces una bien montada

información para las masas, dirigida y filtrada por el poder. Queremos saber con esta investigación si las radios comunitarias están logrando hacer una comunicación diferente, más participativa, llevando algo de nuevo al aire.

Como vimos en los capítulos anteriores, la radio comunitaria tiene por objetivo principal transformar al oyente en sujeto activo y participante de la comunicación, produciendo la información u opinando sobre los hechos, abriendo así la posibilidad de discusiones a respecto de la prensa y de la comunicación comunitaria.

Nos informa Dias (1999: 23) que desde el inicio del movimiento de radios libres en el escenario brasileño, por vuelta del año 1982, poco se produjo en el área del periodismo. Como afirma el maestro José Marques de Melo (1981: 103), los responsables por el no desarrollo de la prensa comunitaria en Brasil fueron: el autoritarismo político, la "concentración de renta en las manos de una elite burguesa y la pequeña burguesía" y el alto índice de analfabetismo del pueblo. Ésta tercera razón, si es obstáculo en la prensa escrita, en la radiodifusión libre comunitaria es un punto que diríamos positivo.

La comunicación es uno de los elementos formadores de la sociedad, desde el momento en que influye en la construcción de la personalidad del individuo, en sus acciones, su comportamiento y, consecuentemente, en las actitudes colectivas. Crea, además del carácter singular, un carácter social colectivo, como afirmó Bordenave (1986: 27): "La sociedad existe en la comunicación y por medio de la comunicación, porque es a través del uso de símbolos significativos que nos apropiamos de las actitudes de los otros, así como ellos, a su turno, se apropian de nuestras actitudes. Esto quiere decir que la personalidad es un producto social, generado gracias a la interacción con las demás personas. En otras palabras, la comunicación tiene la función de generar identidad".

Para la investigadora Ruas (2004: 141) "es incuestionable la influencia ejercida por medios de comunicación en el cotidiano de la sociedad. Los medios de comunicación poseen la capacidad de alcanzar al público, persuadirlo y hasta atribuir simpatía o repulsa a hechos o a individuos, de

acuerdo con su conveniencia. Aunque teniendo conciencia de eso, la sociedad, de modo general, no sobrevive sin disponer de sus servicios". Es sabido que la radio, por todas las razones ya presentadas en este trabajo, cumple papel fundamental en el cotidiano de la comunidad.

Según Bordenave (1986: 91): "los medios de comunicación van a volverse, entonces, instrumentos para la identificación de asuntos que necesitan atención en nuestra sociedad, articulando genuinas preocupaciones del pueblo, particularmente de los sub-privilegiados en la sociedad, sumando tales necesidades de decisión y realimentando con esta demanda los niveles de acción directiva".

Esa instrumentalização de medios para la identificación que la sociedad quiere y necesita, puede ser observada por el surgimiento de la comunicación comunitaria, siendo una forma encontrada de aproximar la emisión de la recepción, en los dos sentidos. El primero en forma física, aproximando los dos, vehículo y público, continuando por la apropiación del contenido, que pasa a ser de interés local, como nos cuenta Ruas (2004: 140), diciendo que "el local viene tomando una gran importancia en el contexto global". Encontrando fuerza en el fenómeno histórico vivido, la globalización, que nos lleva también a la globalización de las comunicaciones, ha buscado formas creativas de revelar lo local, a través de la segmentación. Rosa (1998: 12) nos dice que "la radio pasa por la segmentación, pues cada emisora posee un determinada lenguaje, perfil de público y estilo de programación. Cada vez menos veremos una radio alcanzando grandes masas y cada vez más radios actuando por nichos de mercado".

Sobre este tema, Ruas (2004: 56) añade que "la comunicación, por medio de los vehículos de comunicación, debe comprender que poner esfuerzos para investigar o alterar la realidad social brasileña no es más una cuestión de opción, sino un imperativo para la supervivencia del país. Para que Brasil pueda competir económicamente con los países avanzados, los individuos deben aprender a aprender: condición indispensable para acompañar los cambios y avances cada vez más rápidos".

En este contexto Pascoal (2001: 9) apropiadamente afirmó que “el papel de los medios de comunicación es informar, ayudando a la sociedad a saber, conocer, pensar y actuar. La educación, por lo tanto, es directamente una característica de los medios de comunicación. Un pueblo solamente puede ser grande si su educación es buena, y si los medios de comunicación son libres, plurales y responsables”.

Por eso, una vez más, hallamos un factor importante para realizar esta investigación, pues buscamos saber si las radios comunitarias están conscientes de su responsabilidad ante la sociedad, y si sus comunicadores están listos para hacerse cargo de tal responsabilidad: comunicarse a través de un medio de comunicación de masa.

Comunidad es un grupo, local geográfico y social o sector público que comparte intereses específicos comunes. La radio comunitaria apenas existe porque la comunidad comparte intereses comunes y, en ese sentido, participa, aportando para la satisfacción de las necesidades de la comunidad y para su desarrollo de una forma progresiva, promoviendo los cambios sociales y la democratización de la comunicación a través de la participación de la comunidad. Promueve la cultura de paz, la democracia, derechos humanos, equidad y fortalecimiento de la comunidad donde se localiza, favoreciendo el desarrollo cultural y socioeconómico de la comunidad.

Es necesario aclarar que cuando hablamos en colectivo estamos refiriéndonos a la unión de esfuerzos que lleva a un principio de organización y cooperación. La solicitación de un canal comunitario tiene por finalidad regularizar una situación que ya se mostró positiva y promisoria, un espacio de experimentación de lenguajes, de estudio plural. Que sea amparada por entidades fuertes y suprapartidarias que posean vocación democrática y que coloquen su representatividad a servicio y en defensa de la radiodifusión libre, sin modelos organizacionales o interferencias discursivas ideológicas.

Para que la radio comunitaria sea, de hecho, un vehículo de información *de* y *para* la comunidad, es necesario que tenga autonomía, que exprese la pluralidad de opiniones de la comunidad, que pertenezca a varias entidades o

asociaciones de la comunidad, que sea administrada por la comunidad y que no tenga fines lucrativos. Es imprescindible que ese sea el principio básico, aun cuando al inicio de su trayectoria la radio necesite mayor inversión de uno o de otro integrante del grupo, normalmente identificado como el "dueño" de la radio. Pero, en verdad, una radio comunitaria no puede o no debería tener dueño: ella es de toda la comunidad y eso necesita colocarse muy claramente para todas las personas envueltas.

Las radios comunitarias son importantes en las sociedades en las que se localizan, ya que a través de ellas las comunidades pueden tener su propia voz. Gracias a su costo reducido, facilidad de operación y utilización del idioma local, potencian la distribución de información y conocimientos en la propia comunidad, pero, además de informar, las radios comunitarias podrían también ayudar a educar y entretener a la comunidad.

Mientras muchas radios comerciales caen frecuentemente en el error de volverse populistas, defendiendo intereses particulares y utilizando la radiodifusión para lograr prestigio político y elegir sus candidatos, en las radios comunitarias, el ciudadano, conocedor de la realidad local de su comunidad, habla, opina, decide y realiza. La presencia de la radio comunitaria es un indicador de una cultura democrática participativa (Buckley, 2002). La radio comunitaria debe promover así el desarrollo y la transformación social, movilizando a la comunidad para intervenir en la formación de la opinión pública, creando espacios para la divulgación de nuevos talentos y valorando y divulgando el comercio local. Según UNESCO/UNDP (2001), las radios comunitarias son el medio de comunicación más democrático e imaginativo.

Ya para Ortriwano (1985: 34):

> "El punto más importante para quien haga la radiodifusión comunitaria es aquel que permite al conjunto de los medios técnicos y humanos establecer un verdadero sistema de "feedback" entre los oyentes y el equipo que la realiza, lo cual dependerá de cómo la emisión logrará influir a la recepción, y esto depende a su vez, exclusivamente, del contenido a ser pasado".

Para Sardinha (2004: 106), necesario se hace reflexionar sobre el funcionamiento de las radios comunitarias después de la reglamentación.

Cumplir todas las determinaciones del MC y de la Anatel no parece misión fácil para las radios comunitarias.

Según declaración del presidente e idealizador de la Radio Favela,

> "es muy difícil para la entidad atender a las exigencias del Ministerio de las Comunicaciones: características técnicas de los equipos – la Anatel exigió un transmisor de alta potencia, de costo muy alto y con fecha de caducidad; cambio la manera de hablar de los locutores – no raras veces, el Poder Concedente intenta imponer un estilo de lenguaje y de programación a la radio; funcionamiento de la estación por veinticuatro horas. Los recursos son escasos, hay carencia de personas y el lenguaje y argots utilizados son el idioma del morro. Afirma el presidente que la emisora no puede atender a esta última reclamación del Poder Concedente, bajo pena de perder su identidad" (Sardinha, 2004: 224).

Por otro lado, sobre este importante hecho, Chantler (1998: 223) nos dice que

> "Para ser radioperiodista es preciso saber combinar el talento tradicional del reportero con las habilidades exigidas por la radio. Talento tradicional quiere decir escribir claramente, tener una comprensión fácil del idioma, salirse bien de situaciones complicadas y, lo más difícil de todo, olfato para las noticias o capacidad para saber lo que puede rendir una buena historia. Tiene que ser versátil, técnicamente competente y ágil a punto de grabar una entrevista o redactar una nota sobre un caso ocurrido en el tribunal, literalmente algunos segundos antes de la materia ir al aire. Es preciso tener ideas de pautas originales y buscar noticias en lugares donde aparentemente ellas no surgen, como en las agendas de las reuniones de las Cámara de Concejales, exposiciones de flores y o expedientes policiales".

Pero quizá Ismael quería decir lo que dijo Hierro, (Ruas, 2004: 134):

> "Quien minusvalore la fuerza de la radio, está renunciando a un vasto campo, allí disponible para plantar sus mensajes y, consecuentemente, para la cosecha de lo que se plantó. La emisora que da la espalda a la radio sugiere, por eso mismo, un pescador que inexplicablemente, resuelve pescar apenas con un anzuelo, una línea y una carnada. Seguramente él va a conseguir menos peces que su vecino más listo que pesca con varias líneas, carnadas diversas y en profundidades diferentes, pues sabe que además de los peces de superficie existen también los de media agua y los del fondo del mar. Es preciso recordar que la radio tiene su

propio lenguaje, mucho más directo, coloquial e intimista, y solamente la sintonía con esta característica del vehículo puede posibilitar que la tríada – diversión, información y persuasión – sea efectivamente ejercitada en su uso”.

Además de un componente psicológico inseparable, Barthes (1964: 67) también localiza en el habla la aclaración de una variable sociolinguística: “los hablares difieren de grupo para grupo, y cada hombre es prisionero de su lenguaje: fuera de su clase, la primera palabra lo marca, lo sitúa enteramente y lo expone con toda su historia. El hombre es ofrecido, entregado por su lenguaje, traicionado por una verdad formal que escapa a sus patrañas interesadas o generosas”.

Eduardo Meditsh (2001: 116) añade que la voz es más importante en la medida en que se consideren las diversas funciones semióticas que desempeña en la comunicación radiofónica. Dice él que “en el radioperiodismo, la voz del locutor informa no apenas el contenido de las noticias, sino que también funciona como signo de indexación, que informa el programa y la emisora en la que el oyente está sintonizado”. La presencia humana inherente a la vocalización se vuelve, de esta forma, inseparable de la presencia institucional, al mismo tiempo en el que la presencia institucional se manifiesta apenas por la mediación humana. Tal ambigüedad diluye convenciones establecidas en el periodismo impreso para separar información de opinión y obliga a las emisoras a contener tanto la propia subjetividad cuanto la de sus profesionales, como única forma de resguardarlas de una identificación indeseada.

Con estas enseñanzas de Medistsh, podemos analizar cuánto es importante que las emisoras posean en sus cuadros de empleados buenos locutores y profesionales de la comunicación. O sea, es importante pensar en la calidad del contenido que va al aire, y los locutores acaban siendo los responsables por esta calidad.

Ruas (2004: 148) en su investigación nos ha dicho que no apenas las comunidades enfocadas carecen de condiciones de ejercer su ciudadanía, por absoluto desconocimiento de sus derechos: los propios locutores y productores, miembros de esas mismas comunidades, también se encuentran

en la misma situación. “Si no hay claridad sobre cuáles son los derechos de los ciudadanos que integran la comunidad, los oyentes son dirigidos de un lado para el otro, al sabor de los intereses de los propietarios de las emisoras. “Además, los locutores y productores no conocen suficientemente el lenguaje radiofônico como para que tornen las radios más actuantes junto a la comunidad” (Ruas, 2004: 137).

La referida radio favela, nos cuenta Sardinha (2004: 224), es una asociación sin fines lucrativos. Hoy, según su presidente, la emisora suministra clases de inglés para la comunidad, y también abriga un curso de ingreso a la Universidad y algunos alumnos ya alcanzaron éxito en los exámenes. La radio espera, inclusive, poder ofrecer clases de computación. La Radio Favela continúa su trabajo contra las drogas, intenta mostrar que la violencia no lleva a nada y enseña a los moradores que no deben utilizar armas.

A pesar de la estructura simple del local y de la improvisación de los equipos y del estudio, una vez que los materiales son muchas veces donados, todo es hecho con mucho criterio y respeto a la cultura y las costumbres de la comunidad.

Observamos también la preocupación de sus dirigentes en no dejar que la radio sea un instrumento de uso para políticos y aventureros, una vez que por detrás de su denominación social *Fundación Educativa Cultural Comunitaria de Belo Horizonte* está la autenticidad, la fuerza y la simplicidad de la Radio Favela, creada idealmente para hacer que la voz del morro pudiese ser oída también en el asfalto.

A través del carisma que poseen, estos “profesionales de las radios comunitarias” vienen construyendo diariamente sus imágenes públicas y seduciendo distintas audiencias. Penetran en el imaginario de los oyentes de sus comunidades e instituyen lazos de identificación y confianza conquistados, inicialmente, por medio de la demostración de simpatía y cordialidad. Para tanto, nos informa Eduardo Esch (2001: 88),

> “conducen estratégicamente sus programas en un clima de amistad y compañerismo que les garantiza obtener los “ingredientes mercadológicos” del

éxito de la radio contemporánea: la intimidad, credibilidad y la afectividad. Sentimientos que dan la forma y los límites de la relación personal que se establece entre los radiofonistas y el público y que han permitido al oyente discutir con el comunicador los problemas de su comunidad, cuestiones familiares o amorosas, reivindicar derechos, mandar recados para amigos o parientes distantes, o, simplemente, charlar sobre un tema cualquiera".

No podemos olvidar que la radiodifusión comunitaria fue concebida en oposición a medios de comunicación de masa, tomados como dominadores y manipuladores de las mentes y corazones, a fin de adecuarlos a la ideología y a otros intereses de las clases dominantes. Intentaremos verificar en esta investigación si eso realmente está pasando.

Según Ruas (2004: 161), con los cambios verificados en el país, muchas alteraciones pasaron a ocurrir. "De ellas fue el pasaje de un cuadro político autoritario para la democracia; con ella, los movimientos sociales organizados, en las formas de comunicación popular, empezaron a conquistar espacio, yendo de un sistema de altavoces para las radios comunitarias".

"Los movimientos sociales tuvieron, siempre, en sus raíces, las manifestaciones comunicacionales que marcaron época en la sociedad brasileña, en el contexto de las transformaciones ocurridas desde el final de la década de setenta. De esos movimientos se extraen principios y experiencias, tales como participación y democracia, que van a configurar las nuevas experiencias aprovechadas por la radiodifusión comunitaria" (2004: 161).

Sardinha (2004: 248) nos afirma que el autocontrol propuesto, el denominado código de ética firmado por las afiliadas a ABERT, no ha sido respetado.

Se constata, al final, que los controles estatales, por sí solos, no son suficientes para garantizar una Administración pública eficiente, además de ser, por tendencia, burocráticos y formales. Se demuestra, por otro lado, que los controles, cuando abiertos a la sociedad por medio de instrumentos participativos, son mucho más eficaces.

Así siendo, la premisa para un control efectivo y amplio es la participación de la sociedad.

Si por un lado se resalta que, cuando hay voluntad de los detentadores de otorga de los servicios de radiodifusión, los medios de comunicación de masa desempeñan importante papel en el perfeccionamiento de la ciudadanía, consciente y participativa, por otro es preciso observar que la programación de la radiodifusión brasileña, mucha veces, se ha distanciado de los principios constitucionales establecidos en el capítulo referente a la comunicación social, en especial el art. 221[204] de la CF/88. La consecuencia de eso es la proliferación de las radios piratas y comunitarias, dirigidas a un público de baja renta, identificadas con su cultura. Esta sección radiofónica, en opinión de Coelho Neto (2002: 67), "torna realizable para una determinada capa de la población aquello que pocos logran en las grandes emisoras, sea el anunciante de la panadería o carnicería que jamás vería su anuncio y sus ofertas popularizadas, así como los chavales que difícilmente tendrían condiciones de pasar su mensaje de cumpleaños para el hermano o el novio".

Sardinha (2004: 248) defiende, entonces, que el control de los servicios de radiodifusión solamente será efectivo y alcanzará los principios de la Comunicación Social – idealizados en un Estado Democrático de Derecho – con la participación popular, esto es, por medio de control social. Para tanto, necesario se hace transferir partes de los poderes típicos del Poder Concedente, a un órgano público no estatal, representativo de la sociedad, del Gobierno y de los sectores envueltos, con capacidades decisorias y punitivas para todas las cuestiones relacionadas a la materia. Ese papel podría ser desempeñado por el Consejo de Comunicación Social, previsto en la CF/88, siendo necesaria alteración de la ley que lo reglamenta, ampliándole las atribuciones y confiriéndole poderes fiscalizadores y punitivos.

Por eso y por otras cuestiones aquí ya relatadas, es más que un deber que la radio comunitaria haga frente a la utilización inadecuada de medios de comunicación que muchas veces manejan la información, haciendo de la comunicación un gran negocio e impidiendo las iniciativas de grupos ajenos a sus intereses.

[204] Ver apartado 4.15.

Las radios pueden tener un papel central en la educación cívica, envolviendo a las propias comunidades. El gobierno participativo puede ser practicado a través de la radio. Esto es: basado en opiniones expresas por los oyentes, el gobierno local podrá conocer, a cualquier momento, qué piensa la población. Así, la radio puede ser encarada como una forma de supervisar el cuerpo político. Este es apenas uno de los varios ejemplos que podemos citar sobre cuál podría ser el papel de una emisora comunitaria. Analizaremos a continuación si estas emisoras comunitarias realmente están preocupadas en hacer algo diferente, o si simplemente están copiando la vieja conocida “radio – fórmula” de las emisoras comerciales.

5.2. El trabajo de campo

Realizamos nuestro trabajo de campo entre los dias18 de julio a 29 de julio de 2005 con el objetivo de trazar un perfil de las emisoras comunitarias legalizadas operantes en Brasil. El primer paso para realizar esta investigación fue dado en el segundo semestre de 2004. Intentamos entrar en contacto con diversas asociaciones, sindicatos y organizaciones del sector de las radios comunitarias en Brasil. Pero como bien ilustra Nestor Buso[205], dirigente de la ALER, en la reunión de redacción del documento final del Foro Social Mundial, en Porto Alegre, en febrero de 2000, dijo que “en Brasil, las entidades que representan a las radios comunitarias se confunden, se enfrentan, eventualmente realizan parcerías. Todas se alimentan de las emisoras comunitarias y se afirman opuestas al monopolio de las comunicaciones. Sin embargo, no hay registro de cualquier acción general conjunta visando democratizar las comunicaciones y ninguna de ellas abarca el abanico de los

205 Concetiaundo o Moviemnto - texto para Encontro de Ouro Preto - Luiz Carlos Vergara www.rbc.org.br “Nós Queremos transformar a sociedade e por isos fazemso rádio." Nestor Buso, dirigente da ALER, en la reunión de redacción del documento final del Fórum Social Mundial, em Porto Alegre, fevereiro de 2000.

que se oponen al monopolio de los medios de comunicación". El abanico es mayor que el conjunto de las organizaciones del sector. Dice todavía que

> "no existe un único movimiento de radio comunitaria. Muchas son las entidades que actúan y el particularismo impone una práctica donde cada una reivindica el pionerismo, se organiza de forma vertical y disputa una parcela de afiliados para sus objetivos exclusivistas. Algunas se dedican apenas a capacitar a las emisoras existentes, independientemente de la característica o propuesta. Esto es, los otros son vistos como mercado. Otras se dedican a intermediar servicios hasta la concesión de la otorga, carnés y diplomas. Muchas actúan en la captación de recursos para promover eventos de los más variados objetivos y matices. Se siguen las organizaciones de cuño representativo, laico o religioso, destacándose liberales, católicas y evangélicas."

Bien, el hecho es que en este segundo semestre de 2004, realicé dos entrevistas importantes. El 17 de noviembre de 2004, entrevisté a Alan de la RBC (Director de la Red Brasil de Comunicación Comunitaria) y él me relató la existencia de la SINERC[206], la única, según él, asociación debidamente organizada de las Radios Comunitarias legalizadas en Brasil. De hecho, hasta aquella fecha, no había encontrado ninguna asociación, sindicato u organización que representase oficialmente a las Radios Comunitarias legalizadas. Digo radios comunitarias legalizadas porque los defensores de la radiodifusión ilegal en Brasil insisten en utilizar el término "comunitaria" para todo tipo de emisora de baja potencia, legalizada o no. Eso también ha descubierto Ruas (2004: 137) quien nos dice que "las radios comunitarias no disponen de una asociación que las congregue y que suministre condiciones necesarias para su actuación".

Este director también manifestó que el movimiento de radios ilegales en Brasil engendró la ley que tendría que reglamentarlas. Pero, según él, "el gobierno no consiguió controlar las radios que ya estaban en el aire y eso es lo que engendró todo este proceso". Según él, las radios que ya estaban en el aire no fueron legalizadas de inmediato: "el movimiento no logró eso. El movimiento logró forzar una ley". Alan aun me relató que "estaba faltando una calificación en los movimientos existentes; de allí vino la idea de la RBC. Vimos

---

[206] Sindicato das Entidades Mantenedoras do Sistema de Radiodifusão Comunitária de São Paulo.

que tenían muchos movimientos pero no tenían calidad. Para nosotros la ley no importa. No es que no importa, nosotros no priorizamos la ley. Toda experiencia de comunicación es válida. Hacemos eso porque el Estado no nos da una respuesta. Es el plazo de razonabilidad. Si el Gobierno no cumple el plazo, no nos da una respuesta, nosotros nos vemos en el derecho de comunicar. Conozco muchos casos de emisoras que ya hace tiempo que pidieron la licencia y ni siquiera les respondieron". De hecho, nos informa Sardinha (2004: 227) que si por un lado es necesaria la autorización por parte de la Unión para el funcionamiento de la Radio Comunitaria, por otro lado, a pesar de la Ley 9.612/98 – que instituyó el servicio de Radio Comunitaria - no estipula el plazo para que el MC aprecie pedido de autorización para el funcionamiento de ese servicio. No es prerrogativa del Poder Concedente aplazar su práctica indefinidamente, bajo pena de herir principios constitucionales de razonabilidad y de eficiencia.

En ese mismo día del mes de noviembre, por la tarde, me reuní con varios miembros de la ABRAÇO-MG (Asociación brasileña de las radios comunitarias del Estado de Minas Gerais). El encuentro se dio en la misma Sede del Sindicato de los Periodistas en Belo Horizonte, donde me encontré con Alan por la mañana. En el encuentro de la tarde estaban presentes varios dirigentes de la Abraço y algunos de sus asociados. Noté, al final de la reunión que duró casi 3 horas, que esta asociación representaba más los intereses de las radios piratas que los intereses de las radios comunitarias. Pues de los asociados que allí estaban, ninguno tenía una radio legalizada. Les pregunté si por acaso tendrían una lista de las emisoras comunitarias del Estado de Minas Gerais o si sabían de alguna asociación que sólo representase a ese sector. Pero no logré respuesta.

En el inicio de la reunión sólo había representantes de radios ilegales que habían sido cerradas pocos días antes de la reunión. El objetivo de la reunión era discutir, principalmente, sobre las medidas jurídicas a ser realizadas ante tal hecho. Durante la reunión, y retrasados, fueron llegando los otros radiodifusores. En total fueron seis "dueños" de emisoras ilegales que participaron de la reunión, y finalmente no llegaron a ningún acuerdo.

El abogado de la ABRAÇO me explicó en esta ocasión que ellos estaban “trabajando con la idea de que toda radio debía y debe funcionar de acuerdo con la legislación, constitución y pacto de San José”. Comprobamos en el capítulo anterior que esto no es verdad. El abogado también abordó el tema de plazo de razonabilidad, diciendo que “existen cerca de 18.000 pedidos de legalización, que no fueron, siquiera, contestados”. El problema no es negar, nos cuenta él, “lo que nosotros vamos a buscar es una tentativa de forzar al gobierno a hacer aquello que él no fue capaz de hacer”. Sardinha (2004: 245) afirma que el acto de otorga de los servicios de radiodifusión es un acto administrativo complejo, pues depende del concurso de voluntades para surtir efecto; a saber: acto del Poder Ejecutivo y del Poder Legislativo para conceder y renovar la otorga; y acto del Poder Ejecutivo y del Judiciario, en caso de cancelación antes del término del plazo de otorga – anulación.

Para Enio, uno de los miembros de la directoría de la ABRAÇO, la “ley 9.612 es muy restrictiva y tornaría difícil el funcionamiento de las radios que existen actualmente. Esa ley tendría que tener unas enmiendas para poder mejorar. Una de las restricciones que necesita ser corregida es la cuestión del espectro. Que sólo existe una frecuencia para las radios comunitarias”. La segunda corrección exigida por él es referente a la potencia, que la juzga muy pequeña.

Ellos también me dijeron que las radios ilegales (llamadas por ellos de *comunitarias*), normalmente operan con una media de 100 watts, algunas con 300.

En general, la reunión fue muy complicada. Se conversaba demasiado sobre las mismas cosas sin llegar a grandes conclusiones. Estuvieron discutiendo sobre de dónde podría venir el dinero del costo del proceso. En ningún momento fue citada la fuente de dónde podría venir la ayuda de ese dinero. Discutieron varios temas y no llegaron a conclusiones concretas sobre prácticamente nada hasta que Heitor, uno de los directores, se pronunció:

> “Yo ya dije que nuestra debilidad delante de todo cuanto está pasando hoy se debe a que las emisoras no estuvieron aquí. Tenemos 70 emisoras de baja potencia, más o menos; si esas 70 estuviesen aquí, nosotros no estaríamos hoy

> en esta situación. Tendríamos más fuerza. Lamentablemente nosotros estamos en esta condición por falta de unidad en el movimiento".

Entre las informaciones recibidas, consideré de mayor importancia una, dada por Alan, sobre el SINERC. Aconsejado por por este director, busqué entrar en contacto con el SINERC a través de Luci Martins. El primer contacto fue por teléfono y fue largo; yo me presenté explicando mis objetivos y mi intención de realizar una investigación con las emisoras comunitarias debidamente legalizadas. Desde este primer contacto, Luci, en nombre del SINERC, se dispuso a ayudarme. Le dije que lo que más necesitaba era una lista de las emisoras, la ciudad en la que se encontraban, el nombre de por lo menos un responsable y un teléfono de contacto para que yo pudiese realizar la encuesta.

Finalmente esta lista me fue enviada al inicio de junio de 2005 y luego les agradeci a través de un carta que les fue remitida.

Un cuidadoso cuestionario, que esta disponible en el ANEXO I, al final de esta tesis, fue elaborado de acuerdo con los objetivos de esta investigación, teniendo como destaque todos los textos y libros leídos y principalmente las entrevistas realizadas con los diversos sectores que envuelven la radiodifusión comunitaria en Brasil. La preocupación de elaborar un cuestionario eficaz fue de extrema importancia, pues influiría directamente en el resultado de la investigación.

Finalmente llegamos a la conclusión de que sería mejor hacer un "pre-test" de este cuestionario a fin de evaluar su real eficacia en el sentido de objetividad y clareza de las preguntas elaboradas. El "pre test" fue realizado el 15 de julio con 5 emisoras a fin de identificar posibles problemas de comunicación y fallas con el cuestionario. Al finalizar este "pre test", algunas alteraciones fueron hechas en el cuestionario a fin de mejorar la comunicación entre el entrevistador y el entrevistado.

El 18 de julio de 2005 fueron enviados más de 120 e-mails a todas las Radios Comunitarias registradas por el SINERC. Empecé la investigación por

teléfono en el mismo día con aquellas emisoras que no habían suministrado sus respectivas direcciones de e-mail.

Como dije anteriormente, del día 18 desde julio hasta el día 29 fueron realizadas, en media, 5 entrevistas por día. De lunes a viernes en horario comercial. Se intentó siempre entrevistar al responsable / dirigente de la emisora, como bien podemos observar en el gráfico. Dentro de esta selección, 78% de los cuestionarios fueron contestados por los dirigentes de la emisora. Estos declararon ser o el director / gerente de la emisora o el presidente de la asociación.

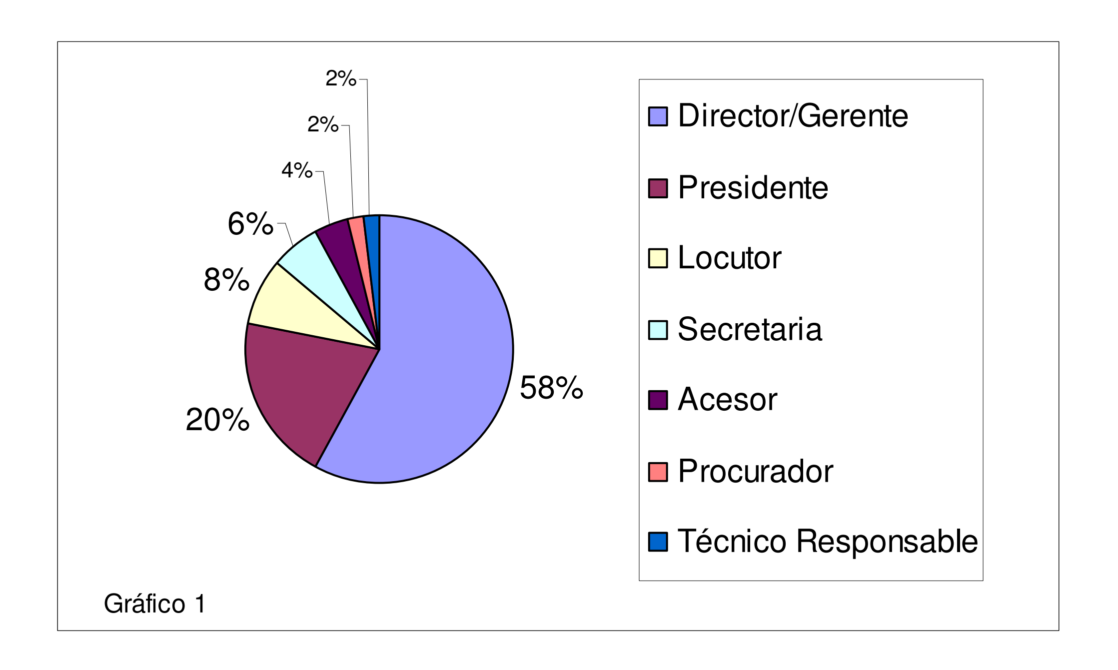


Gráfico 1

Formación Académica

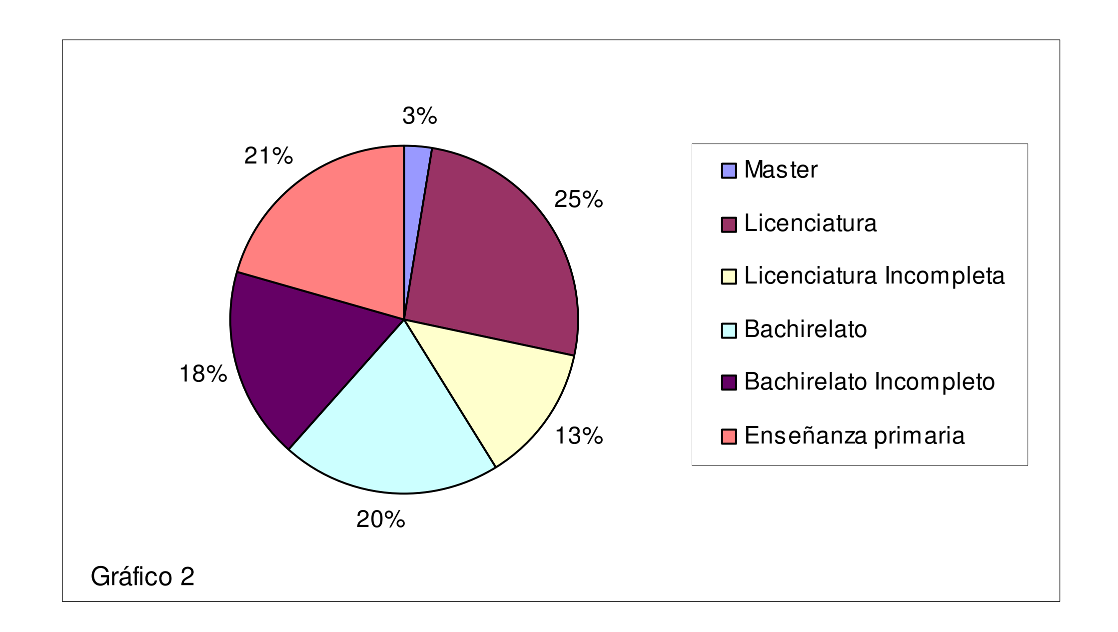


Gráfico 2

Es importante resaltar que la investigación por teléfono fue realizada exclusivamente por mí. Al contestar al teléfono yo me identificaba diciendo mi nombre, la ciudad y el país de dónde estaba hablando (Valencia –España), que yo era doctorando de la Universidad de Valencia y que cuando respondiesen mi cuestionario yo les enviaría un e-mail con mi dirección de correo de la Universidad de Valencia, como forma de agradecimiento y de identificación. Decía también la forma en que yo había logrado el contacto con ellos, que era a través del SINERC. Por algunas veces el entrevistado mostró desconocer tal sindicato, pero no fue impedimento para contestar el cuestionario. Como yo ya tenía un listado, siempre llamaba a las emisoras y preguntaba por una persona determinada. Eso facilitó mucho para que respondiesen el cuestionario .

Solamente dos personas se recusaron a contestar mis preguntas por teléfono, lo que en verdad me sorprendió mucho. Esperaba un índice mayor de rechazo, visto que el tema aún es polémico en Brasil y la entrevista era por teléfono.

Lo que pude notar, diversas veces, fue un aire de desconfianza en los primero minutos de charla. Pero conforme avanzaba el cuestionario, el entrevistado tendía a descontraerse y a conversar más. Por diversas veces el entrevistado pasaba a contar anécdotas e historias del día a día de su radio

comunitaria. Pero como este no era mi objetivo principal, era obligado a interrumpir la historia, haciendo la siguiente pregunta del cuestionario.

Para conseguir reunir los 45 cuestionarios respondidos por teléfono, yo realicé, seguramente, más de 90 llamadas telefónicas para Brasil. Me sorprendieron las diferencias organizacionales de las emisoras: algunas tenían PABX, otras tenían secretaria, y otras apenas un contestador automático.

El mayor problema encontrado para realizar esta investigación fue el contacto impersonal causado por el teléfono. Sabemos que todo método de investigación tiene sus "pros" y sus "contras". Sin duda este problema ya era esperado. Por diversa veces yo pude sentir un "aire de desconfianza" sobre mi persona. Quizá el entrevistado pudiese pensar que yo era un fiscal de la Anatel[207] o del Ministerio de las Comunicaciones.

El cuestionario demoraba, en media, 10 minutos para ser contestado completamente. Cuando el entrevistado respondía apenas a lo que yo preguntaba, la entrevista fluía bien y no demoraba más que 7 minutos, pero eso fue raro. Como dije anteriormente, lo normal, en el transcurso del cuestionario, era que el entrevistado "entrase en el clima" y empezase a contar casos e historias de la radio comunitaria y por diversas veces reclamase de las tasas del ECAD[208] y de las radios piratas que les estorban constantemente.

La planilla que el SINERC me envió contenía 145 emisoras registradas por orden alfabético de acuerdo con la ciudad en la que se encontraban. La planilla también contenía datos tales como el nombre de fantasía de la emisora,

[207] Según Sardinha (2004: 246), la competencia de la Anatel en lo que concerne a los servicios de radiodifusión sonora y de sonidos e imágenes, se restringe a la fiscalización técnica, esto es, la utilización del espectro de radiofrecuencia y el gerenciamento del FISTEL. Los procedimientos relativos a las otorgas de esos servicios, así como el análisis de contenido de la programación y la instauración del respectivo proceso de apuración de infracción, continúan constituyendo atribución del Ministerio de las Comunicaciones.

208 El ECAD está formado por doce asociaciones de música, responsables por la gestión colectiva de derechos autorales musicales y que tienen un papel fundamental para el funcionamiento del ECAD. La Asamblea General, formada por las asociaciones musicales, es responsable por fijar los precios, las reglas de cobranza y la distribución de los valores recaudados. Los titulares de derechos de autor son afiliados a estas asociaciones, que a su vez son responsables por el control y envío al ECAD de las informaciones cadastrales de cada socio y de sus respectivos repertorios, con el objetivo de alimentar su banco de datos y permitir la distribución de los valores recaudados de los diferentes usuarios de músicas. www.ecad.org.br

nombre del responsable, teléfono, e-mail, dirección y CEP (código postal) de las emisoras.

Como dije, mandé e-mail a todas las emisoras que habían registrado su e-mail en la lista enviada por el SINERC, totalizando 120 mensajes enviados.

Comencé a llamar a las emisoras que no habían suministrado el e-mail o cuyo e-mail no había dado cierto, totalizando 25 emisoras en esa situación. En los 3 primeros días de pesquisa, solamente intenté entrar en contacto con estas emisoras, en la esperanza de que las otras contestasen mi e-mail. Desde el cuarto día de pesquisa, fui seleccionando las radios aleatoriamente. Solamente 5 emisoras me contestaron el cuestionario por e-mail. Las ciudades de las emisoras que contestaron el cuestionario fueron: Álvares Machado, Andradina, Araraquara, Assis, Avaré, Bady Bassit, Barueri, Batatais, Bertioga, Campinas, Cananéia, Cerqueira César, Cravinhos, Guararema, Guareí, Guarulhos, Igaratá, Itajobi, Itatiba, Itirapina, Itupeva, Jales, Laranjal Paulista, Lençois Paulista, Mesópolis, Miguelópolis, Mogi-Guaçu, Nova Europa, Paranapanema, Paulínia, Pedrinhas Paulista, Penápolis, Piracaia, Pirajuí, Pirassununga, Pompéia, Presidente Bernardes, Ribeirão Bonito, Ribeirão Pires, Salto Grande, Santa Albertina, Santa Cruz das Palmeiras, Santa Fé do Sul, Santa Gertrudes, Santa Isabel, São João da Boa Vista, Taquarituba, Taubaté, Três Fronteiras e Valinhos.

A continuación, haremos un análisis de los resultados del trabajo de campo de esta tesis.

5.2.1. Estilo de Programación

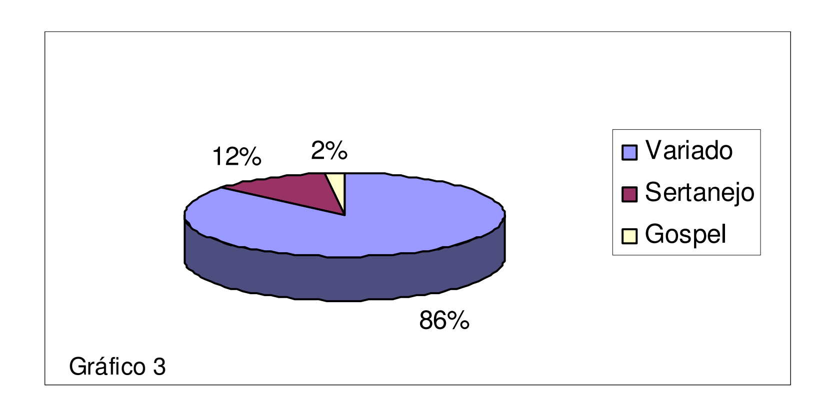


Gráfico 3

En este gráfico es interesante notar que ninguna emisora contestó que la radio era de un estilo comunitario. La pregunta era abierta (¿Cuál es el estilo de programación de la radio?) y el entrevistado estaba libre para contestar lo que quisiese. Y todos contestaron en función del estilo de música más tocado. Normalmente cuando el entrevistado contestaba que la radio tocaba de todo, yo insistía en la pregunta y la respuesta era "ecléctico o variado", como bien podemos reparar en el gráfico, donde 86% de los entrevistados declararon que la emisora era de un estilo variado. Lo que me sorprendió, vuelvo a insistir, fue que en ningún caso el entrevistado declaró que el estilo de la radio era "comunitario", hecha y abierta para la comunidad.

5.2.2. El "target" de la emisora

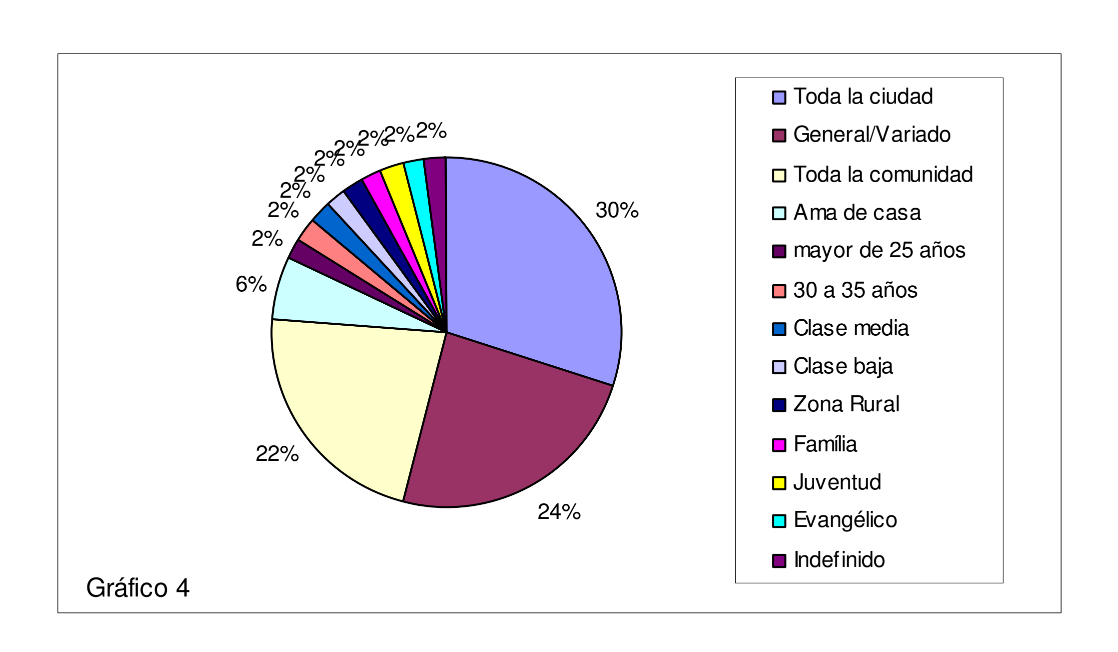


Gráfico 4

Esa pregunta tenía por objetivo principal identificar si la emisora comunitaria estaba interesada en representar solamente la comunidad donde ella estaba inserta o si ella tenía la intención de cubrir la ciudad donde ella estaba instalada como un todo. Interesante es notar que ningún entrevistado me contestó que el público blanco de la radio era la comunidad donde ella estaba instalada. La pregunta era abierta y daba margen para que el entrevistado contestase lo que quisiese. Así siendo, 30% de las radios comunitarias tiene como público blanco toda la ciudad donde ella está instalada, 24 % me dijeron que su público blanco es general/variado (dato que yo considero vago) y 22% de las emisoras dijeron ser toda la comunidad su público blanco. Otros 6% dijeron orientar la radio a las dueñas de casa y el resto, 18%, está dividido por igual entre otros públicos, como bien puede observarse en este gráfico.

Iremos observando con el análisis de los demás gráficos que se siguen que las radios comunitarias no están dirigidas, como deberían estar, a un público específico, o sea, a una comunidad específica. Sabemos que de acuerdo con la ley no puede haber proselitismo, pero no es eso lo que quiero decir. Digo que las radios comunitarias representen un barrio, una comunidad, ser la voz del pueblo de una determinada localidad. La radio comunitaria debe ser más abierta al diálogo y al debate, ser menos musical. Presentar propuestas diferentes de hacer radio. Ser creativa, buscar esa creatividad. Ser creativo no es una tarea fácil, pero creo que fue con ese sentido (finalidad) que fueron creadas: para hacer algo diferente de las emisoras comerciales. Y a cada gráfico presentado en este trabajo, concluimos que no es bien eso lo que está aconteciendo.

No niego que existan emisoras realmente de cuño comunitario. Quiero creer, y creo, que entre esas emisoras investigadas, como también podemos observar por el análisis de los gráficos, existen emisoras realmente comunitarias, pero lamentablemente son la excepción y no la regla. Notamos que la mayoría de ellas parece no representar este carácter comunitario que tanto se buscó con la ley 9.612.

Interesante es resaltar que muchas de esas emisoras comunitarias reivindican aumento de la potencia. ¿Pero para qué? ¿Para hacer lo mismo que ya hacen las emisoras comerciales? Pues entonces que intenten una licitación de emisora comercial. Lo que no puede pasar es que una emisora comunitaria funcione como una emisora comercial. ¿Por qué no? Simplemente porque para eso ya existen las emisoras comerciales AM y FM y no se necesitaría hacer una ley específica para la radiodifusión comunitaria.

Y como bien dijo Paganelli (1999: 6), "indudablemente, la potencia de esas radios no podría sobrepasar 50 watts, pues, caso contrario, estarían ellas en conflicto con sus objetivos. Si alguien quiere transmitir con potencia superior a 50 watts, entonces, que instale una comercial. Para atender a la propia comunidad, 50 watts son suficientes. Y, repetimos, con asistencia técnica ofrecida por el MC".

Nos cuenta Ruas (2004: 135) que, tanto con los presidentes de las asociaciones cuanto con los moradores, se observó que falta conocimiento, tanto de la propia comunidad cuanto de los integrantes de las Asociaciones Comunitarias.

> "Ambos confunden contenido con lo que abarcan. Creen que, por estar prestando servicios a una determinada comunidad y cumplir la ley con relación a mantener la potencia del transmisor en hasta 25 watts, ya pueden intitular a sus emisoras como "comunitarias". Teniendo en cuenta su audiencia y/o su público restricto, ya que alcanzaban apenas a aquella comunidad y eventualmente algunos barrios adyacentes, olvidaban por completo del contenido, haciendo parecer que una emisora es comunitaria por el hecho de ser organizada dentro de un barrio o estar restricta territorialmente. Al contrario, una radio comunitaria se intitula comunitaria por la participación de la comunidad en su gestión y no por su audiencia y/o alcance de público".

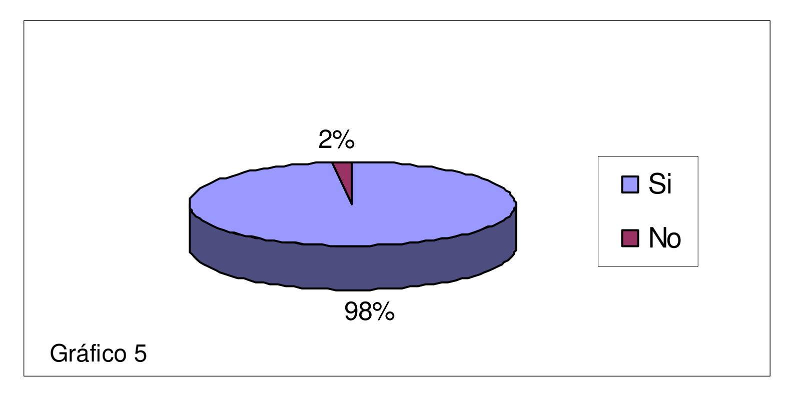
Aun con el objetivo de intentar identificar el estilo de las emisoras, otras preguntas fueron hechas en diferentes puntos del cuestionario que servirían, más o menos, como "preguntas de control", estrategias utilizadas en las investigaciones sociales para analizar las respuestas recibidas. Esas preguntas, cuando cruzados sus resultados, tendrían que revelar un resultado parecido/semejante. Por ejemplo: Había una pregunta sobre el estilo de

programación de la emisora; quién es el público blanco de la radio; cuál es el programa más oído y de qué estilo es este programa; y para finalizar yo preguntaba si la emisora tenía algún programa específico para la comunidad donde ella estaba inserta.

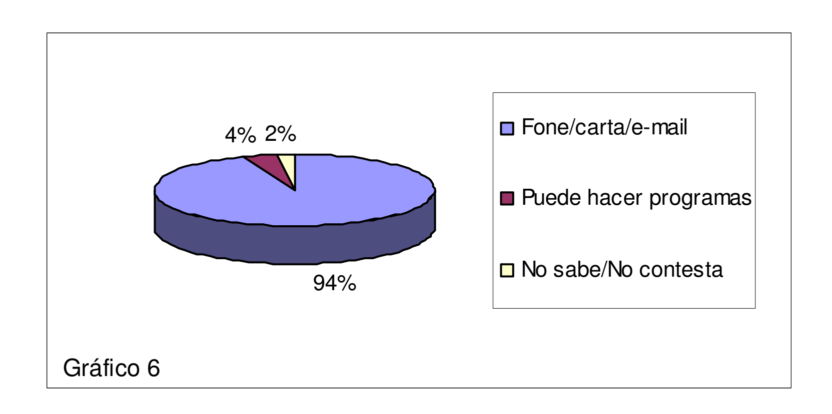
O sea, la primera pregunta, referente al estilo de programación de la radio, era la sexta pregunta de la primera parte del cuestionario (referente al perfil del entrevistado y datos de la emisora). Después de siete preguntas sobre los datos de la emisora y del entrevistado, venía la primera pregunta del cuestionario en cuestión: “¿Quién es el público blanco de la radio?”. La otra pregunta referente a este tema era la número 10: “¿Cuál es el programa más oído de la radio? ¿De qué estilo es el programa?” y luego en la pregunta 11:“¿La emisora tiene programas específicos para la comunidad dónde está instalada? ¿Cuántos programas? ¿Qué tipo de programas?”. Y finaliza el tema con la pregunta 12 “¿El oyente puede participar de la programación? ¿Cómo?”. Todas esas preguntas tienen un factor en común, que es conocer la real programación de la emisora. Con estas preguntas, intentamos identificar lo que una emisora comunitaria hace en su día a día y cual sería su perfil verdadero. Por considerar este tema uno de los más importantes de esta investigación, insistí tantas veces en hacer preguntas diferentes, pero cuyas respuestas debían ser las mismas. Por eso las llamé de “preguntas de control”, con la finalidad de identificar posibles contradicciones entre las respuestas de los entrevistados.

La finalidad de todas esas preguntas era de intentar evaluar de alguna forma si esas emisoras comunitarias realmente estaban operando con un perfil de emisora con todas las características de una emisora comunitaria, como vimos en el capítulo anterior. Porque si ellos están operando como una emisora comercial, no tiene lógica crear toda una ley de comunicación comunitaria como fue creada para regularizar tal tipo de emisora.

5.2.3. ¿El oyente puede participar de la programación?



¿Cómo el oyente puede participar de la programación?



Claro que en este Gráfico 98% de los entrevistados contestaron que sí en la primera parte de la pregunta. Pero sin antes saber que estaban siendo evaluados sobre el "real" estilo de la emisora, cuando cuestionados sobre "cómo" el oyente podría participar de la programación de la emisora, descubrí otro dato que me sorprendió mucho: 94% de los entrevistados contestaron que el oyente podría participar por teléfono/carta o e-mail y solamente 4% dijeron que el oyente podría participar activamente en la programación de la emisora, haciendo y produciendo programas de acuerdo con su gusto.

Contrariando las enseñanzas de Bertold Brecht, no teniendo el oyente condición de participar en el proceso a través de opiniones, estando restricto a la participación por teléfono, a peticiones de músicas previamente seleccionadas, reclamaciones de servicios y explotaciones dramatizadas de

cartas generalmente en programas policiales. Dentro de ese espectro, según Moraes Dias, podemos afirmar que la comunicación de masa, bajo el dominio de la industria cultural, se vuelve entonces una bien armada información para las masas, dirigida y filtrada por el poder.

> "Podemos decir que la cuestión cultural, en el control político e ideológico de medios de comunicación, es poco valorada por las fuerzas progresistas brasileñas. Podemos notar que son pocas entidades organizadas (sindicatos, asociaciones de clase o de barrio, comunidades o partidos políticos) que se interesan por la práctica de la radiodifusión libre y comunitaria, que si organizada colectivamente, sería un contrapunto a las fuerzas que determinan el monopolio de las comunicaciones" (Dias, 1999: 5).

Y muchas veces cuando estas asociaciones se organizan y logran una licencia de radio comunitaria, hacen igual que las radios comerciales ya existentes.

Para Ruas (2004: 152), en el caso de las radios comunitarias, la participación popular debería ser entendida y ejercida como un todo, de forma completa, desarrollando los tres niveles primordiales de participación: decisiones, ejecución y verificación de resultados. Pero participación no es algo que se pueda imponer a la comunidad. Se trata de un proceso de concientización, de desarrollo de conciencia. Un aprendizaje y, consecuentemente, una conquista. Para Demo (1988: 66-73):

> "la participación posee características de ser medio y fin, visto que es instrumento de autopromoción; igualmente la autopromoción (...) participación es ejercicio democrático. A través de ella aprenderemos a elegir, a deselegir, a establecer alternancia en el poder, a exigir rendición de cuentas. A desburocratizar, a forzar a los mandantes a servir a la comunidad".

Cláudia Ruas, en su obra intitulada "Radio comunitaria: una estrategia para el desarrollo local" ya había comprobado en su investigación que los oyentes de las radios comunitarias investigadas por ella, "en su mayoría, participaban poco, y cuando participaban, llamaban apenas para pedir músicas y ofrecerlas a alguien".

Para Ruas (2004: 153), en los modelos actuales de radiodifusión comunitaria, la forma de la organización y la falta de recursos, aliados a los problemas de recursos humanos (falta de preparación de los productores y locutores que son representantes de la propia comunidad), revelan los grandes obstáculos de las emisoras investigadas, limitándolas a ofrecer formas de interacción colectiva apenas a través de programas de selección musical. “No hay conocimiento suficiente asimilado, por los locutores, para que sean fomentadores de debates, críticas, cuestionamientos; hacen lo que saben, dañando en extremo la interactividad con la emisora”.

La radio comunitaria debería poner al oyente cada vez más en contacto con su realidad, para comprenderla y poder transformarla, ya que, según Peruzzo (1991: 162), “la radio comercial nunca habla de la realidad del pueblo, sino de otras cosas, de otras realidades, justamente para estorbar la lucha popular por la transformación de la sociedad en que vivimos”.

No estoy totalmente de acuerdo, dado que las radios comerciales brasileñas, principalmente AM, prestan muchos servicios a la comunidad. Ejemplo de eso son los diversos radiofonistas que ganan elecciones municipales, estaduales y aun federales, como podemos comprobar en la obra de Mauricio F. Silva (2000), “Quien me eligió fue la radio”, donde el autor realiza un estudio con diverso radiofonistas que ganaron elecciones diversas por prestar servicios a la sociedad a través de la radio.

A continuación, haré uso de las enseñanzas de Ruas (2004: 157-8) para enumerar algunos aspectos que deberían caracterizar un medio de comunicación como comunitario:

> a) está abierta a la participación activa de los ciudadanos y a las entidades representativas, pues tiene como objetivo mejorar el nivel de vida de la comunidad, a través de sus recursos, de su fuerza emprendedora, buscando participación activa para las soluciones y proyectos;
>
> b) tener personas de la propia comunidad alternándose en la producción y recepción de los productos comunicacionales; en el proceso de desarrollo local, sus recursos endógenos deben seguir la misma premisa, pues se trata de un proceso dinámico, en el que se debe estimular la participación y el

comprometimiento de las personas interesadas, de modo que todos, participando, se alternen en la emisión y en la recepción de ideas y acciones;

c) ser autodirigida por entidades representativas de la propia comunidad y, tal como el desarrollo local, trabajar con las comunidades para que conozcan su capacidad metabolizadora y se desarrollen de adentro para afuera;

d) poseer autonomía, siendo libres de ingerencias con relación a los órganos del gobierno, grandes medios de comunicación, partidos políticos y sus afiliados;

e) no tener intereses comerciales. El desarrollo local tiene como objetivo principal encontrar formas viables, sustentables y continuadas en pro del bienestar de una comunidad, tal cual la radiodifusión comunitaria:

f) ofrecer posibilidades ilimitadas de innovación de lenguajes y formas de programas; desarrollo local ya es una innovación creativa, con infinitas posibilidades de ser pensada, elaborada e implementada; esos cambios de realidad están en la fuerza del capital humano y de su capacidad creativa de hacer florecer potencialidades locales;

g) poseer programación sintonizada con la realidad local, de la misma forma que el desarrollo local sólo puede ser pensado y desenvuelto por la propia comunidad local.

h) Las acciones, tanto de la radiodifusión comunitaria cuanto del desarrollo local, se desenvuelven alrededor de intereses comunitarios;

Volviendo a nuestra pregunta del cuestionario, vale resaltar aquí, que de las varias historias que oí, solamente una emisora me explicó, dentro de estos 4%, cómo era el proceso para que el oyente participase de la programación. Lo que creí muy interesante, pues la radio permitía al oyente hacer una programación determinada por él, desde que antes firmase un término de responsabilidad. Un acto, a mi parecer, tan simple, pero practicado por pocas emisoras.

Pues bien: creo que la real intención de crear una legislación a respecto de las radios comunitarias era que la comunidad realmente pudiese participar activamente en la emisora y no sólo participar por teléfono, e-mails o cartas. Ya que, como bien dicen los radiodifusores comunitarios, eso las comerciales ya lo hacen, principalmente en las radios AM. No veo ventaja ninguna en la

participación de la población u oyentes de una emisora comunitaria, si se restringe a esta participación, que considero una participación fría, y más fría aun, por tratarse de una emisora comunitaria.

Aquí creí innecesario separar la participación por carta, e-mail, o teléfono. Todos, a mi parecer, son medios de participación fríos por tratarse de una emisora de carácter comunitario. Pero como era una pregunta abierta, la real intención era saber si el oyente podía, realmente participar de manera más directa en la programación: como por ejemplo, presentarse en la radio para conducir un programa.

5.2.4. ¿Cuál es el estilo de programa mas oído de la emisora?

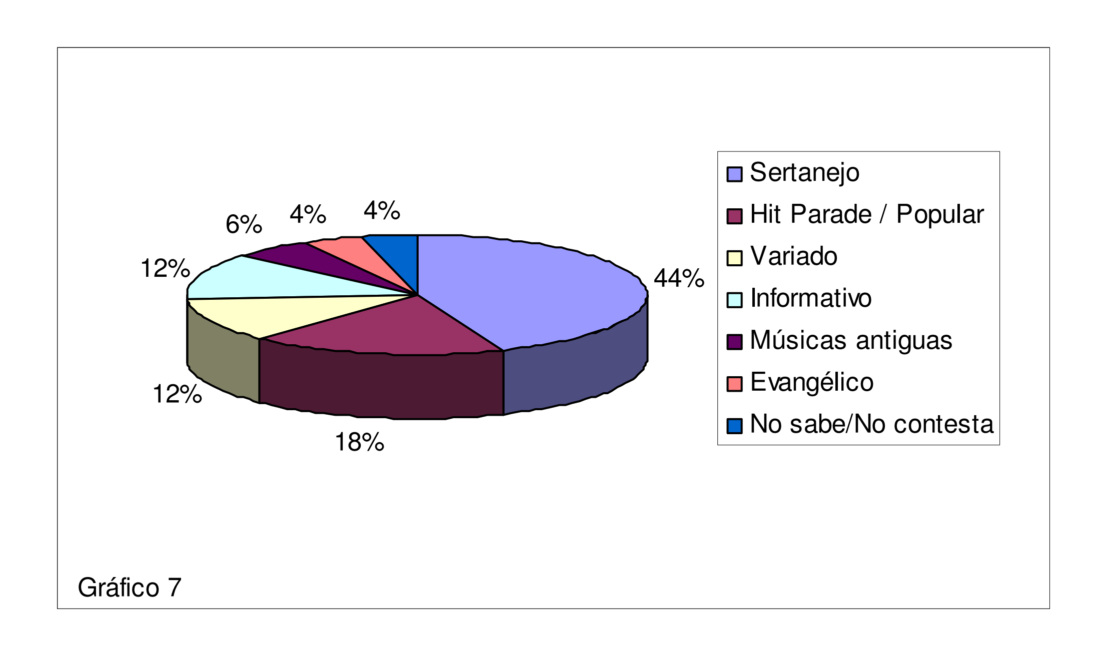


Gráfico 7

Analizando este gráfico, percibimos que está en conformidad con el Gráfico 3, donde se preguntaba sobre el estilo de programación de la emisora. Eso porque 86% de los entrevistados declararon que el estilo de programa más oído en la emisora tenía algo que ver con la música: sertanejo 44%, sucesos/popular 18% y 12% músicas antiguas. Aquí, 12% de los entrevistados

contestaron que los programas informativos/de noticias son los que tienen mayor éxito en la emisora, pero ninguno de ellos contestó que el programa más oído era un programa de carácter comunitario, hecho de la comunidad para la comunidad. De los que contestaron que los programas más oídos eran los informativos, vale recordar que estos informativos casi siempre se tratan de noticias locales. O sea, no hubo ninguna respuesta diciendo que el programa más oído y de mayor éxito eran los elaborados/presentados por los propios moradores del barrio o algo de ese tipo.

Aquí vale destacar también que solamente 4% de los entrevistados declararon que los programas evangélicos eran los más escuchados, lo que de cierta forma tiene una ligera ligación con los 2% que declararon en Gráfico 3 que el estilo de la radio era exclusivamente *gospel*. (evangélico)

Musicalmente hablando, nótase claramente que el estilo sertanejo es el más tocado por estas emisoras (44%), seguido por las músicas de las paradas de suceso/popular (18%) y por las músicas antiguas con 12%. Vale recordar que en esa misma pregunta número 6, 12% de los entrevistados declararon que la radio comunitaria era exclusivamente sertaneja.

Para Luz (2003), el ciudadano escucha una música y no sabe si ella es buena o mala. "Él sólo sabe si gusta o no gusta. No tiene formación estética para diferenciar lo que es bueno de lo que es malo. Gustarle o no fue decidido por el mercado, que hace que radios, periódicos, TVs, muestren la misma cosa. No existe noticia, información, comunicación, cultura. Existe solamente el entretenimiento. La fiesta. El comunicador hace el show sobre la miseria brasileña".

Para no limitarme a criticar, a continuación me baso en ejemplo relatado por Soter (2000) para demostrar que existen formas más abiertas y democráticas de sostener una emisora comunitaria:

1) Programa "Una hora para el oyente", en que todos los días un oyente se inscribe para hacer un programa en la radio comunitaria, abierto libremente para sus gustos musicales, informaciones e ideas que se desea difundir. En esa experiencia el

oyente pasa a ser, durante una hora, un locutor, programador y productor.

2) Programa “comunidad en directo”, un modelo que merece un buen destaque, pues capta la esencia de la radio comunitaria en la práctica. Son horarios abiertos en la programación que procuran insertar a los grupos musicales, cantores y compositores de la comunidad, siendo tocados en directo en la radio. Se objetiva la valorización de la cultura local, potenciando a los artistas de la región.

3) Programa “habla ciudadano”. Consiste en abrir durante un determinado período de tiempo los micrófonos para que las personas hablen, hacer críticas, elogios, dar recados, divulgar campañas, exponer opiniones, debatir cuestiones, etc. Este modelo se asemeja a una “columna del lector” de los periódicos impresos.

Así como Soter, voy a atreverme a dar una sugerencia de programas para las radios comunitarias:

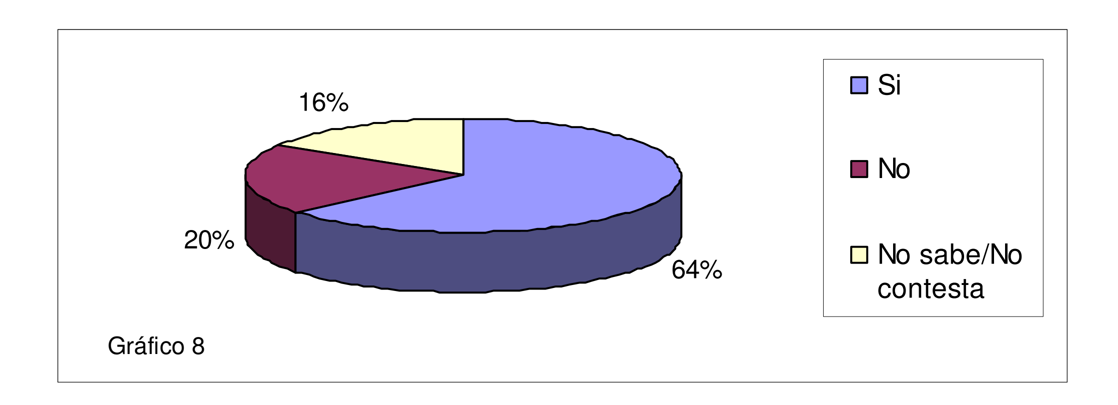
- Programa “clasificado del pueblo”, donde las personas de las comunidades se acercan a la radio o por teléfono y dicen lo que tienen para vender y lo que quieren comprar. Funciona como una verdadera sección radiofónica de clasificados. Así los miembros de la comunidad pueden hacer buenos negocios entre ellos mismos.

- Programa “solución” donde un interlocutor invita a quien quiera del barrio a formar una mesa redonda en la radio para discutir cómo pueden ser resueltos los problemas del barrio. Y en vez de apenas exigir, también incentivar a la comunidad y reunirse y dar sugerencias de cómo resolver un problema del barrio.

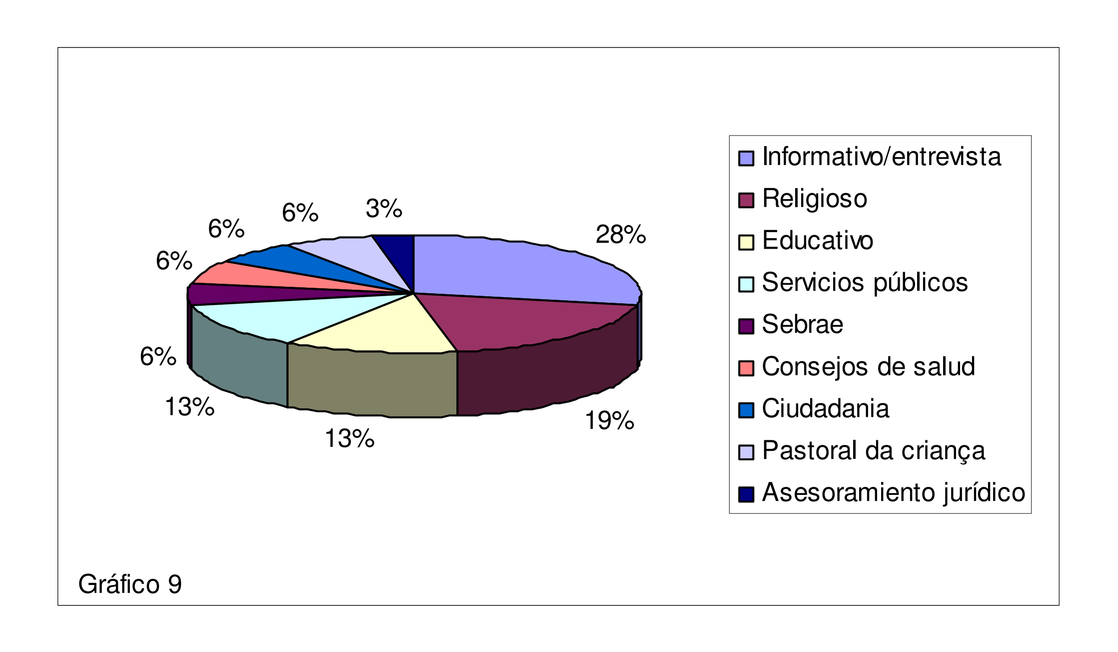
Lejos de agotar la lista de beneficios y programas, las radios comunitarias también pueden desarrollar campañas para limpieza de calles, contra la polución, contra el uso de drogas. Promover concursos deportivos, programas de orientación a los jóvenes, trabajos para el desarrollo de

potenciales artísticos en los segmentos de música y poesía de la propia comunidad. Su programación diferenciada se puede desarrollar para diversos segmentos comunitarios.

5.2.5. ¿La emisora tiene programas específicos para la comunidad donde esta inserta?



Tipos de programas dirigidos a la comunidad



Cuando preguntamos si la emisora tenía programas específicos para la comunidad donde está instalada, la respuesta afirmativa recibió apenas un 64%. Digo *apenas* porque son sólo catorce puntos porcentuales por encima de

la mitad. Eso porque si la radio se dice comunitaria, y tiene licencia para funcionar como una radio comunitaria, debería no sólo tener como mínimo un programa diario para la comunidad en cuestión, sino que, a mi juicio, la radio debería tener toda la programación de la emisora vuelta para la comunidad. La comunidad debería producir y hacer la radio acontecer.

En ese punto del cuestionario también se identificó una pequeña confusión entre “utilidad pública”, “prestación de servicios” y radio comunitaria.

Ya previendo un poco de esta confusión, la pregunta constaba de una segunda parte, inquiriendo cuántos programas la radio tenía de cuño comunitario y qué tipo de programas. La verdad es que la pregunta “cuántos programas” fue retirada del cuestionario después del “pre-test”. Eso porque esta pregunta ya generaba cierta duda en la respuesta del entrevistado por no saber identificar muy bien lo que era prestación de servicios, utilidad pública y radio comunitaria. Preferí retirar esta pregunta y dejar la segunda, por ser más interesante.

A los 64% de los entrevistados que contestaron tener programas específicos para la comunidad, se preguntó entonces qué tipos de programas eran estos. Las respuestas fueron las más variadas, y aquí nótase claramente que las radios comunitarias están un poco perdidas en lo que concierne a su carácter comunitario que engendró la ley 9.612 para el cual ellas vendrían a funcionar. Eso porque 28% de los entrevistados dijeron que los programas vueltos para la comunidad eran del tipo informativos/noticiosos. Otros 19% dijeron tener programas religiosos vueltos para la comunidad. Ya 13 % afirmaron tener programas educativos para la comunidad y otros 13 % dijeron suministrar servicios de utilidad pública para la comunidad, tales como anunciar pérdida de perro, muerte de alguien de la comunidad, ayudar a encontrar personas desaparecidas o enviar recados a alguien. Otros 24%, divididos igualmente en un 6% para cada apartado, dijeron tener programas del Sebrae, programas de Informaciones de Salud, ciudadanía y programa de la Pastoral del niño. Y finalmente 3% de las emisoras prestan servicios de asistencia jurídica a sus oyentes.

Desde luego, haciendo un análisis general, todos estos estilos de programas son benéficos para una comunidad, principalmente si la comunidad es carente. Pero como bien se puede observar, haciendo un análisis de los gráficos, estos son programas esporádicos y algunos ya vienen producidos por agencias foráneas, como los programas del Sebrae y de la Pastoral del niño. Sin contar que tal tipo de programas también es vehiculado por algunas emisoras comerciales.

Esta también fue la pregunta con mayor índice de abstención de respuesta, o sea que el entrevistado no contestó o dijo no saber. Eso es, desde mi punto de vista, preocupante.



5.2.6. ¿Quién hace la programación de la emisora?

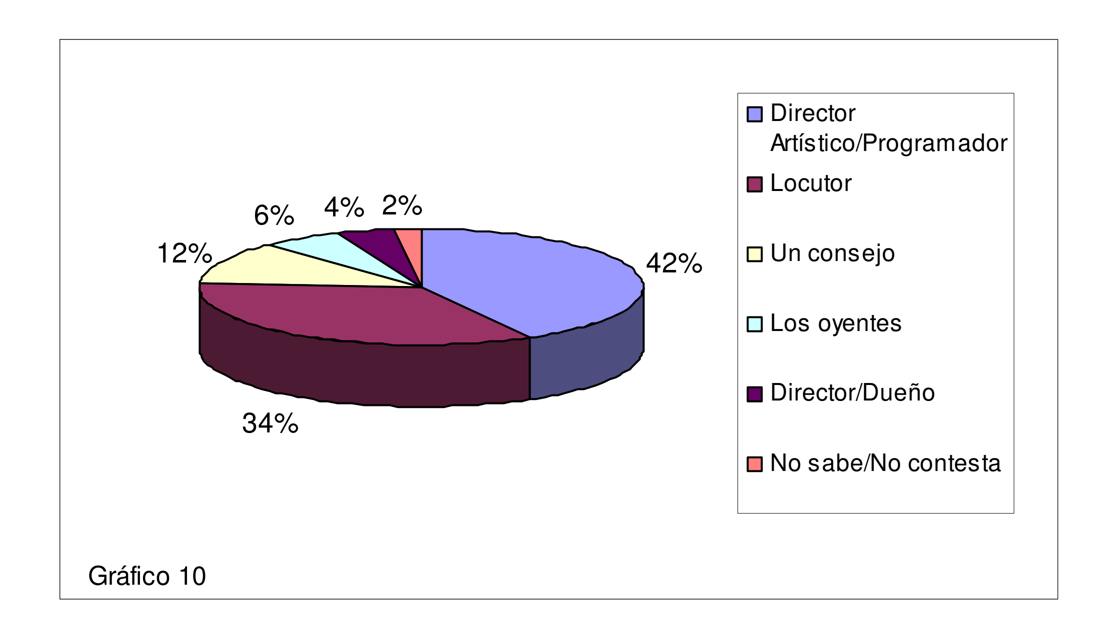


Gráfico 10

Consultando la bibliografía disponible para la realización de este trabajo, tuve la oportunidad de leer varios casos e historias de radios comunitarias que obtuvieron éxito. Lo que pude notar es que las historias de las radios comunitarias que resultaron bien se repiten en varios artículos o libros. Eso pasa, creo, por existir pocas emisoras que realmente lograron hacer toda una programación comunitaria y creativa, diferente de cualquier otro tipo de emisora. O sea, una emisora singular para su comunidad. Quiero decir que cuando una emisora logra hacer una radio donde el oyente se sienta “dueño” o “director” o “programador” de la emisora, ahí la radio encuentra el éxito. Eso

porque todos se sienten a gusto para expresar sus opiniones, escuchar y ser escuchados. La programación varía todo día de acuerdo con lo que el oyente quiere oír o hacer. Normalmente se discuten ideas y no personas.

Teniendo conciencia de eso, buscamos hacer algunas preguntas para intentar analizar un poco el “cuerpo” de la emisora, o sea su programación. Yo quería identificar cómo era hecha esta programación: basada en qué; hecha por quién y para quién. Por eso, una vez más hice uso de una pregunta abierta, donde el entrevistado estaba libre para contestar lo que quisiese. Pensamos, antes de formular la pregunta, que si la pregunta fuese cerrada y nosotros pusiésemos opciones tales como asociación, programador, locutor, oyente, etc., los entrevistados, ciertamente, tenderían a escoger una opción que condice con el carácter comunitario, o sea, dirían que era el oyente o la asociación. Así siendo, con la pregunta abierta, 42% de la radios nos dijeron que poseen un director artístico o de programación para que elaboren o supervisionen la programación de la emisora, 34% de los entrevistados dijeron que era el propio locutor, que en su programa realizaba la programación necesaria para aquel momento. Otros 12 % de los entrevistados dijeron tener un Consejo para hacer la programación de la emisora y solamente 6 % dijeron que quien hace la programación es el oyente a través de su participación espontánea en la emisora. Aquí es interesante notar que 4% de los entrevistados dijeron que quien hace la programación es el director o “dueño” de la emisora. Vale decir que la palabra dueño fue usada algunas veces por los entrevistados. Sin mayores comentarios.

5.2.7. ¿La emisora consta de un directo artístico o de programación?

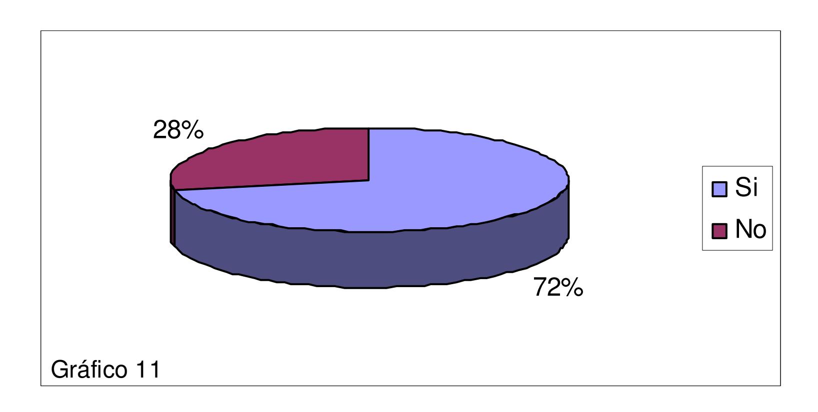


Gráfico 11

En plena concordancia con el gráfico anterior, este otro viene a reafirmar que las emisoras comunitarias tienen una persona responsable por la programación de la emisora. La gran mayoría de las emisoras, 72%, dijeron tener un director artístico o de programación, responsable de hacer y/o supervisionar la programación de la emisora.

Eso se vuelve un poco preocupante en mi punto de vista en lo que concierne a hasta qué punto esta persona interfiere en la programación de la emisora. Difícil será medir si esta persona está apta para dirigir una emisora comunitaria o si es un profesional del área de comunicación que sabrá utilizar de técnicas y mecanismos para hacer una buena radio comunitaria. Tener un director de programación o artístico no significa, necesariamente, que la información o programación está "en las manos" de una sola persona. Es preciso saber si esta persona es lo bastante competente como para realizar y hacer funcionar una emisora con fines comunitarios. La cuestión de la organización en la radio comunitaria es fundamental para el buen funcionamiento de la emisora, así como cualquier otro vehículo de comunicación, pero siempre es preciso tener cuidado para que una única opinión no reine sobre las otras. Sobre este punto ya no puedo extenderme por falta de información al respecto y el real objetivo aquí era evaluar si estas emisoras corrían algún riesgo de tener su programación "controlada" por alguien. Este riesgo de hecho ocurre, pero es sólo un riesgo y no un hecho. Para evaluar tal riesgo debería hacerse otra investigación, con otro cuestionario. Quedan aquí las sugerencias de una nueva investigación.

5.2.8. ¿Cómo se elige el director?

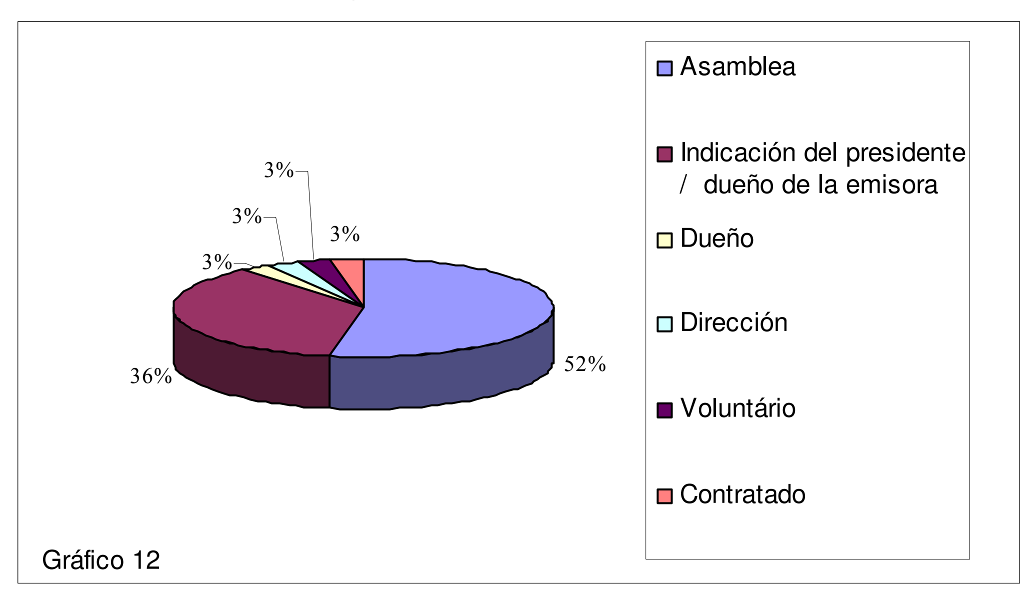


Gráfico 12

La pergunta de este Gráfico en mi opinión no estuvo bien formulada. Deberíamos haber cambiado la palabra "elegido" por "escogido". Eso porque la palabra elegido ya da la idea de elección. Así, probablemente el entrevistado tienda a contestar algo relacionado a la elección. Y el resultado no podría ser otro donde 52% de las radios eligen su director de programación o artístico a través de una asamblea. Pero aun utilizando la palabra "elegido", 36% de los entrevistados dijeron que este director era una indicación del presidente de la asociación o "dueño" de la emisora. (Recordando que la palabra dueño fue dicha algunas veces por los propios entrevistados).

Otros porcentajes se refieren a 12% divididos en 4 partes de un 3% en lo que corresponde a que la programación sea hecha por el dueño de la radio, por la directoría, por un voluntario o por un contratado.

5.2.9. Horario de antena

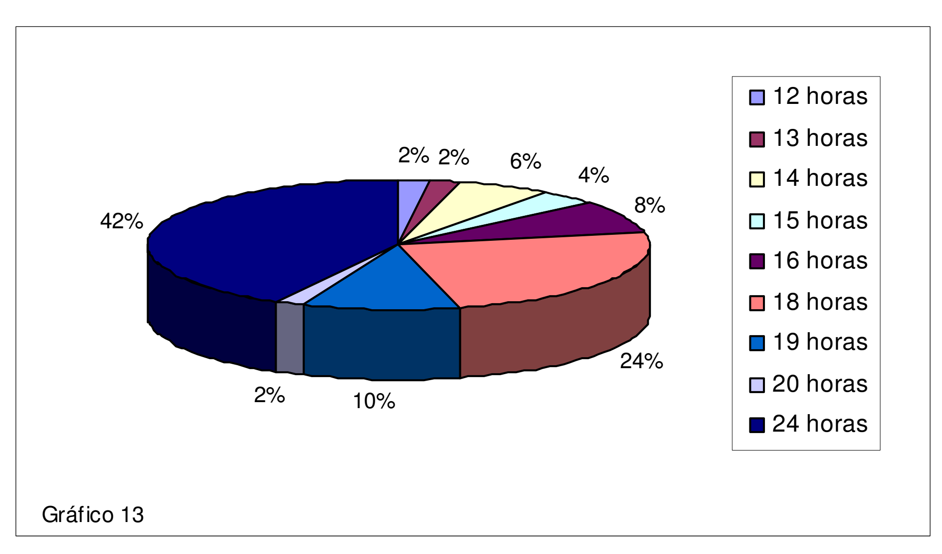


Gráfico 13

La real intención de este gráfico era analizar si todas las emisoras comunitarias estaban cumpliendo con la ley que determina que las radios comunitarias deban operar por lo menos 8 horas por día. Ninguna emisora se declaró irregular en ese sentido. Podemos notar, al contrario, que la mayoría de las emisoras, 42%, permanecen 24 horas en el aire. Solamente 4% de las emisoras funcionan menos de 14 horas por día. Por otro lado, un montante considerable, 24%, funcionan 18 horas por día, funcionando entre cinco de la maña hasta las once de la noche o bien abriendo sus puertas a las seis de la mañana y cerrando a medianoche.

Como se puede observar claramente, existe una variedad grande en cuanto a las horas que la emisora permanece en el aire por día, con un gran destaque, por supuesto, para aquellas que funcionan 24 horas.

5.2.10. ¿Esta emisora transmite los programas gratuitos y del gobierno gratuitos como la *Voz de Brasil*, rede nacional de radio y los programas de partidos políticos?

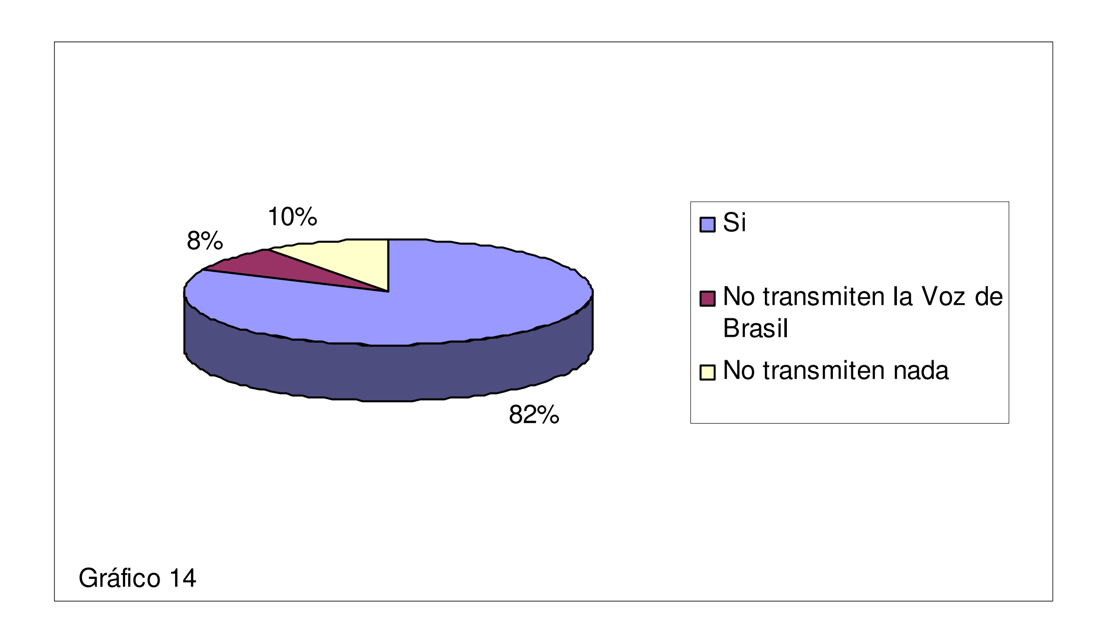


Gráfico 14

Uno de los objetivos primarios de esta investigación era saber si las radios comunitarias estaban cumpliendo con algunas normas de la ley. Para desarrollar el cuestionario buscamos identificar a través de nuestras hipótesis cuáles serían las mayores dificultades operativas de una emisora comunitaria. Conocer las leyes es importante, y seguirlas es aun más. Pero quizá por desinformación o por dificultad operacional, esas emisoras acaban no cumpliendo ciertas normas de la ley N 9.612.

En este ejemplo nosotros podemos constatar que 82% de las emisoras transmiten todos los programas obligatorios de que ellas tienen conocimiento; 8% declararon no transmitir *La voz de Brasil* y 10% dijeron que no transmiten nada. La pregunta no tenía el objetivo de analizar el porqué de la no transmisión de los programas obligatorios, pero como dije anteriormente, esta pregunta tampoco escapó de críticas de los entrevistados. Muchos de ellos dijeron no saber cuándo tienen que entrar en cadena nacional, por el simple hecho de no ser informados con antecedencia. Otros me dijeron que la radio no tiene como hacer la retransmisión de *La voz de Brasil* por no tener equipo adecuado para tal finalidad y otras declararon que la radio comunitaria en cuestión no consigue sintonizar ninguna emisora más fuerte para poder entrar en cadena y retransmitir la red nacional. Pero como ya dije, esos son simples relatos que no forman parte de nuestros objetivos primarios y por eso no están detalladamente relatados y contabilizados. Como fui el único entrevistador/aplicador de este cuestionario, pude escuchar en primera mano los relatos, historias y quejas de los radiodifusores comunitarios. Esa experiencia quizá fuese la más acertada, pues el investigador en cuestión puede acompañar más de cerca los reales problemas enfrentados por esta clase y tener un conocimiento más preciso para poder elaborar posteriormente sus conclusiones finales.

5.2.11. ¿Esta emisora está al día de sus pagos de contribución social, derecho de autor y cuotas de ANATEL?

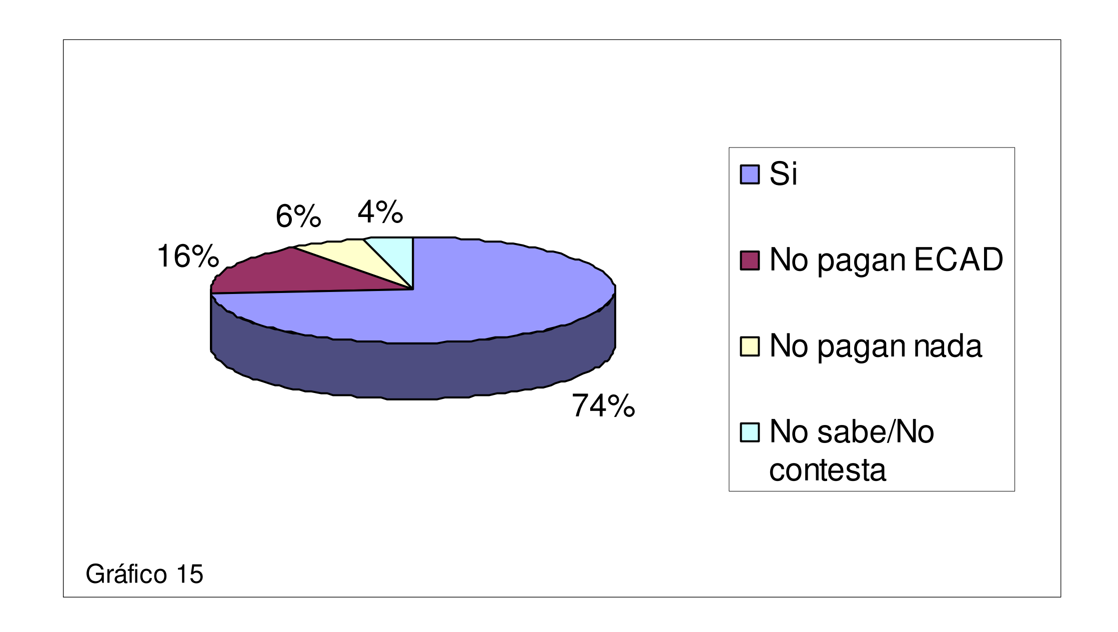


Gráfico 15

Como ya habíamos identificado en nuestras hipótesis, la cuestión financiera sería uno de los mayores problemas enfrentados por una emisora comunitaria. Así siendo, sabemos que esta tiene que mantener en día algunas cuentas y tasas para mantener la emisora en perfecto funcionamiento, pero para ser un poco más específicos con la cuestión, preferimos tentar identificar cómo está el pago de las dos principales tasas que una radio debe pagar para funcionar: la tasa anual de Anatel y la mensual del ECAD (derechos autorales). La pregunta era directa, y en el "pre-test" noté que debía hacer la pregunta por separado, inquiriendo primero si la radio mantiene en día el pago del ECAD y posteriormente preguntando sobre la tasa de la Anatel. Así descubrimos que 74% de las radios comunitarias pagan las referidas tasas, 16% no pagan el ECAD, 6% no pagan nada y 4 % no contestaron o no supieron contestar esas cuestión. Una vez más, y en esa pregunta más exhaustivamente, los radiodifusores aprovecharon la pregunta para manifestar su crítica a la tasa del ECAD, considerada abusiva por ellos. Dicen que es muy difícil mantener en día el pago de esta tasa y muchos lo están haciendo en juicio o simplemente optaron por no pagar. Casi 25% de las radios no pagan.

No puedo dejar de relatar la indignación de muchos radiodifusores cuando yo realizaba esta pregunta. Como yo ya sabía que el tema podría

generar alguna polémica, opté por situar esta pregunta como la última del cuestionario. Y realmente fue lo que pasó: prácticamente ningún entrevistado se contentó con responder directamente “sí o no”. Así noté claramente en qué medida la cuestión financiera es el principal problema de esas emisoras comunitarias.

5.2.12. ¿Cómo se financia la emisora?

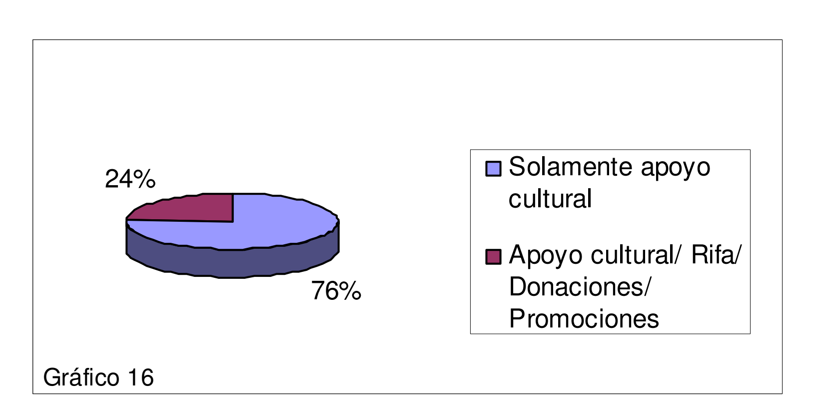


Gráfico 16

Con esta investigación identificamos una de nuestra hipótesis que era que las radios comunitarias tienen un serio problema operativo relacionado al apoyo cultural. Cuando cuestionadas sobre de dónde la emisora lograba recursos para mantenerse, 76% de las emisoras dijeron que solamente a través de apoyos culturales y 24% de las emisoras declararon tener otras actividades para recaudar fondos para la emisora, tal como acciones entre amigos, promociones o donaciones.

La búsqueda de realizar otras actividades para intentar recaudar dinero para la asociación no se observa bien desarrollada. Solamente 24% dijeron intentar realizar otras actividades para recaudar fondos para la emisora. Quizá esa parte de la emisora podría ser más desenvuelta, si la asociación buscase realizar nuevas formas de recaudación, como competiciones deportivas, una campaña de donación o fiestas/promociones con la finalidad no sólo de recaudar dinero para la emisora, sino también de promover la interacción de la comunidad.

5.2.13. ¿La emisora tiene publicidad?

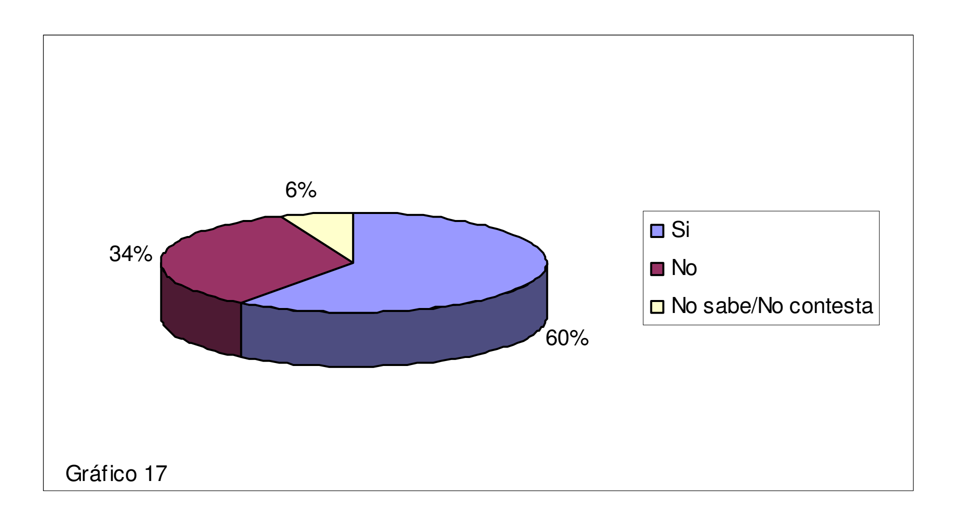


Gráfico 17

¿Con qué frecuencia?

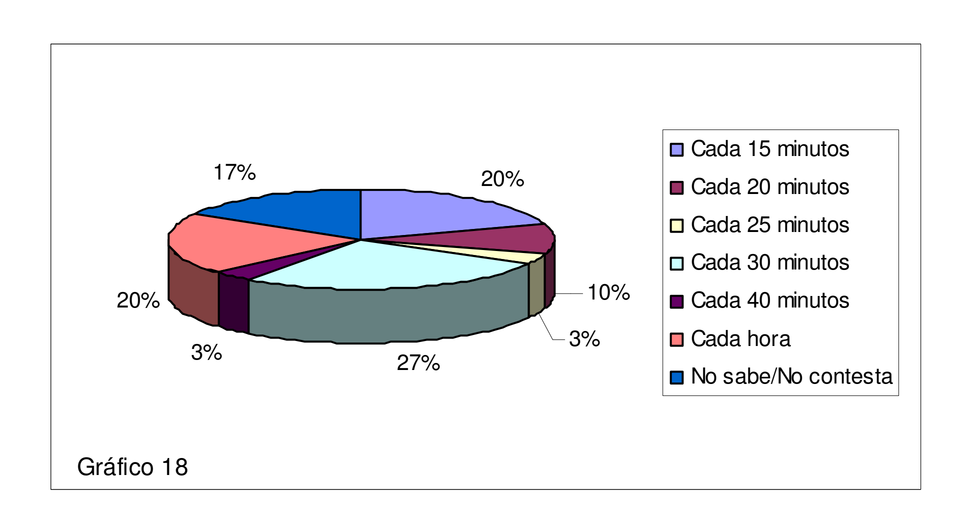


Gráfico 18

Como no sabíamos como era el funcionamiento de una radio comunitaria antes de elaborar este cuestionario, pero ya previendo de acuerdo con las noticias leídas en los periódicos sobre la cuestión comercial operativa en esas emisoras, optamos por poner en el cuestionario algunas preguntas relativas a la cuestión financiera. Sabemos, por supuesto, que para funcionar, una radio necesita de dinero, de inversión en equipos homologados, de empleados/voluntarios y de pagar cuentas usuales como agua, luz y otras tasas, que no siempre son baratas. Pero la intención de estas preguntas que se siguen era analizar si la emisora estaba preocupada en ganar dinero o hacer un servicio comunitario aliado al logro. Claro que el hecho de tener bloques

comerciales organizados no significa que ella es más comercial que comunitaria. Pero al analizar todas esas preguntas conjuntamente con sus respectivos gráficos y resultados, podemos llegar a una mejor conclusión de este carácter realmente comunitario que debería buscar una emisora comunitaria. No es la respuesta a una simple pregunta lo que revelará si una emisora tiene un carácter comunitario o no. Es por eso que nos preocupamos en realizar este cuestionario, que al final, después de hacerlo y rehacerlo varias veces, cortando y editando preguntas, terminó con 13 preguntas en la primera parte y 21 preguntas en la segunda parte[209]. Un poco extenso a mi parecer, pero necesario para poder hacer análisis precisos y confiables.

Sobre este Gráfico 17, 60% de las radios dijeron tener bloques comerciales en las emisoras, contra 34 % que declararon no haber bloques comerciales. Muchos de éstos dijeron que depende de cada locutor y de cada programa. Ya 6% de los entrevistados no contestaron o no supieron contestar a esa pregunta.

Al ser cuestionados sobre cuál era la frecuencia de estos bloques comerciales, la mayoría, 27%, contestaron que la emisora tenía bloque comercial a cada media hora, seguidos de iguales 20% que contestaron cada 15 minutos o a cada hora y otros 17% no supieron o no quisieron contestar; simplemente afirmaron tener bloques comerciales.

Reparen que la pregunta era bien clara y contenía una palabra "polémica" puesta de propósito. Preguntaba si la radio tenía un "bloque comercial" y no si la radio tenía un "bloque de apoyo cultural". Quizá si yo hubiese alterado la pregunta, el porcentaje de los que contestaron "sí" hubiese aumentado un poco. Pero partiendo de mi hipótesis, y para en el final analizar esta cuestión conjuntamente con otras del cuestionario, preferí dejar la palabra "comercial" en lugar de cambiarla por "apoyo cultural".

[209] Ver ANEXO I.

5.2.14. ¿La emisora emite publicidad de empresas ajenas a su barrio?

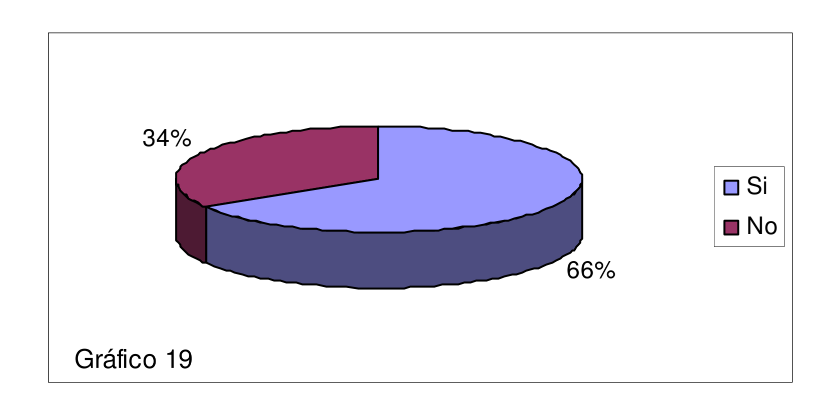


Gráfico 19

Este gráfico tiene como finalidad aclarar un tópico de la ley que dice que una emisora comunitaria solo puede recibir anuncios del comercio del barrio donde ella está instalada. Como yo había dicho anteriormente, y vuelvo a insistir, sentí que era preciso hacer muchas preguntas cuestionando la legislación vigente a fin de saber si las emisoras comunitarias realmente estaban operando como una emisora comunitaria; ellas debían operar de acuerdo con la ley que las reglamenta.

El Párrafo Único del Artículo 7º de la Ley 9.612/98 (repetido en la íntegra en el Artículo 11 del Dec. 2615) dice lo siguiente:

> "Párrafo único. Los dirigentes de las fundaciones y sociedades civiles autorizadas a explotar el Servicio, además de las exigencias de este artículo, deberán mantener residencia en el área de la comunidad atendida."

El área de la comunidad atendida o área de servicio de una emisora de Radcom, de acuerdo con el subitem 14.2.3 de la Norma 2/98,

> "es aquella limitada por una circunferencia de radio igual o inferior a mil metros desde la antena transmisora."

Eso significa que no sólo la entidad interesada en ejecutar el servicio de radiodifusión comunitaria debe quedar dentro del área donde pretende prestar el servicio, como también sus dirigentes deben residir dentro de esa área, o sea en el radio de 1 km. Para las radios comerciales no existe esa restricción; sus dirigentes pueden residir en cualquier parte del mundo. Excepción

solamente para las entidades con sede en las llamadas localidades de pequeño tamaño, ciudades o pueblos con área urbana igual o menor a 3,5 km de radio. En esos casos, tanto la sede de la entidad cuanto las residencias de sus dirigentes pueden estar en cualquier punto del área urbana, conforme establecido en los subitens "6.1", "6.2.1" y "6.3.1" de la Norma Nº. 2/98:

> "6.1 En localidades cuya área urbana esté circunscrita a un círculo con radio menor o igual a 3,5 km, solamente será expedida una autorización de RadCom.";............
>
> "6.2.1 La sede de las fundaciones y asociaciones de localidad encuadrada en la situación indicada en el apartado 6.1 podrá estar en cualquier punto del área urbana.";
>
> (...)
>
> "6.3.1 La residencia de los dirigentes de entidades de localidades encasilladas en la situación indicada en el apartado 6.1 podrá estar en cualquier punto del área urbana."

Este concepto de localidad de pequeño tamaño fue creado al margen de la Ley 9.612, que en ninguno de sus artículos habla de ese tipo de localidad, sino solamente en "comunidad de barrio e/o villa". Él aparece por primera vez en el texto del Artículo 6º del Decreto 2.615:

> Art. 6 La cobertura restricta de una emisora del RadCom es el área limitada por un radio igual o inferior a mil metros desde la antena transmisora, destinada al servicio de determinada comunidad de un barrio, una villa o una localidad de pequeño porte.

Por otro lado, la radio comunitaria puede sacar provecho de este carácter local, ya que, como nos cuenta Ortriwano (1985: 67), "la radio, por tener un carácter más regional que la televisión, es un medio más indicado para el anunciante directo, que quiere vender su producto o servicio para un público localizado, a pesar de no ser los pequeños anuncios, baratos, que garantizan una grande facturación para las emisoras".

Así siendo, 66% de las radios investigadas dijeron tener anuncios de otros comercios además del barrio donde ellas estaban instaladas, contra 34%

que dijeron tener anunciantes solamente del barrio donde ellas estaban autorizadas a funcionar.

Esa pregunta también puede funcionar como una pregunta de control si analizamos si las emisoras comunitarias están cumpliendo la ley 9.612 que para ellas fue creada. Pues la respuesta sería no, ya que 66% afirman tener anuncios de varios lugares de las ciudades donde ellas están instaladas. A cada gráfico analizado, vamos percibiendo que el carácter comunitario se aleja cada vez más de estas emisoras que tienen licencia para funcionar comunitariamente. Me acuerdo de una emisora investigada cuyo director me dijo que la radio tenía la finalidad de “que sus dos niños estudien”. Explico: este señor tiene el permiso de una radio comunitaria y en las 12 horas que funciona, 6 horas de programación es hecha por uno de sus hijos y las otras 6 horas por el otro. El dinero recaudado en la emisora (trescientos y pocos reales según el entrevistado) tiene la finalidad de pagar los estudios de estos dos locutores. Me parece muy bonito el gesto de este señor. Pero ¿y el carácter comunitario de la emisora que tanto es cuestionado hoy en día en Brasil? ¿Eso es hacer una radio comunitaria? ¿La radio comunitaria está tornándose modo de vida? ¿Es realmente esa su intención? Noté mucha sencillez e inocencia en la respuesta de este ciudadano. Pero, si todos y cada uno de este inmenso país tuviesen el mismo pensamiento de este señor, ¡imagine cómo quedaría el dial brasileño!

5.2.15. ¿La emisora recibe publicidad institucional?

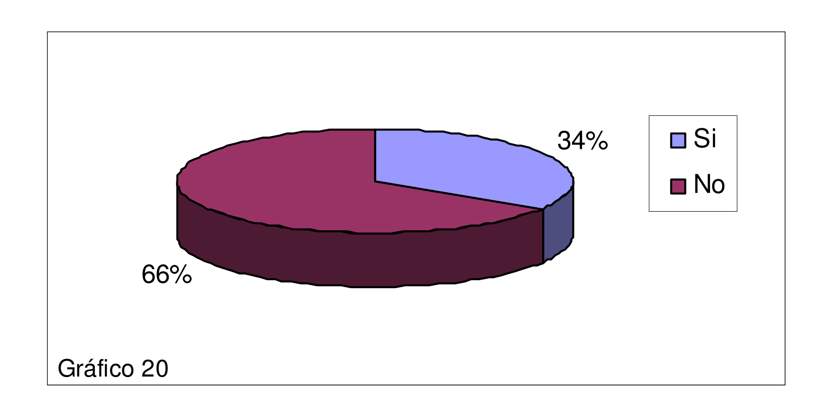


Gráfico 20

Con la intención de analizar superficialmente el grado de envolvimiento de las radios comunitarias con la política local, buscamos formular una pregunta que, por lo menos nos diese una pequeña idea de la relación de esas emisoras con la política local. Partiendo una vez más de la hipótesis que teníamos que uno de los principales problemas operacionales de una emisora comunitaria sería la cuestión financiera, buscamos elaborar una pregunta que intentase involucrar la cuestión financiera y la cuestión política, ya que no queríamos hacer otras preguntas del tema porque esta cuestión formaba parte de nuestros objetivos primarios. Analizando este gráfico, que nos dice que 66% de las emisoras comunitarias no reciben anuncio del ayuntamiento ni de la cámara municipal y 34 % dijeron que sí, podemos decir entonces que 1/3 de las emisoras está de cierta forma envuelta con la política local. Como veremos en el gráfico 22, donde 72% de las radios confirmaron que el mayor problema para mantener la radio en el aire sería la cuestión financiera, entonces concluimos que esta ayuda/apoyo cultural del ayuntamiento o de la cámara municipal es de mucha importancia para mantener el funcionamiento de una radio comunitaria. Podemos arriesgarnos a decir que esta acción crea cierto vínculo de “dependencia” entre la emisora y la cuestión política en la cual ella se insertó.

Claro que volvemos al problema de la supervivencia de esa emisora comunitaria; quizá sea difícil sostener la emisora solamente con los apoyos culturales del comercio de la comunidad (así los entrevistados me dijeron), pero reitero que no podemos olvidar nunca la finalidad y la real cuestión para que fue creada la ley 9.612: para regularizar este estilo de radios diferente que surgía con una nueva propuesta para esta nación. Vale resaltar que algunos de los entrevistados dijeron que existía una ley municipal aprobada en la cámara de los concejales de ayuda a la emisora comunitaria.

No me parece mal cualquier ayuda para mantener una radio comunitaria, desde que esta ayuda no estorbe en nada el carácter y el funcionamiento comunitario de la emisora. ¿Pero cómo podemos medir eso? Creo que es prácticamente imposible, quedando abierta una sugerencia para posibles futuras investigaciones en esta área de comunicación.

5.2.16. ¿La emisora alquila franja horaria a los locutores?

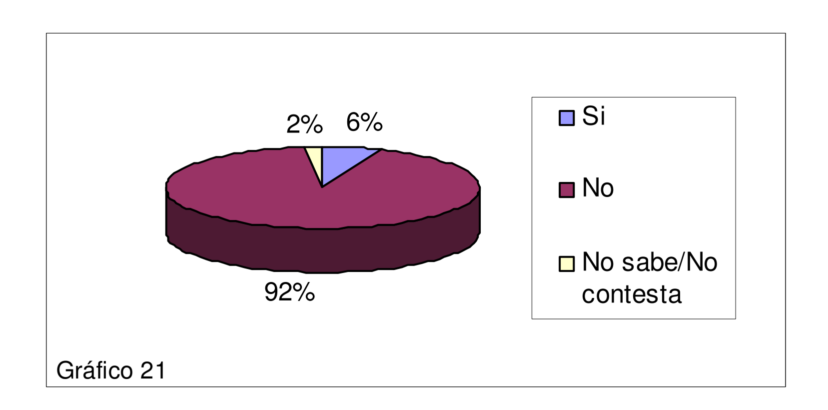


Gráfico 21

Creo que de todas las preguntas del cuestionario, esa sería la que tendría mayor impacto debido al estilo en el que fue formulada. Es una pregunta muy directa, y la intención aquí era de saber si las emisoras estaban siendo utilizadas como un comercio, más que como un vehículo de comunicación. La pregunta, por ejemplo, podría haber sido más maliciosa y haber sido formulada de otra manera menos directa, tal como: "¿La emisora alquila o permuta horas para el locutor?". Entonces quizá el porcentaje de "sí" pudiese aumentar un poco. Pero el objetivo aquí era saber si estas emisoras no estaban completamente fuera de su rumbo y estaban funcionando como un verdadero comercio. Menos mal que 92% de las emisoras dijeron no ejercer esta práctica, pero 6% dijeron usar la emisora de esta forma y 2% dijeron no saber o no contestaron a esta pregunta.

Sería mucho desafuero encontrar un margen significativo de "sí" en esta pregunta. En ese caso podríamos decir,que realmente no valió de nada la ley 9.612. Sin embargo resta la esperanza de que esas radios comunitarias puedan cada vez más incorporar de verdad el carácter comunitario, y ver que ser diferente, en el caso de ellas, es el camino para el éxito. Así como ya fue demostrado en varios casos de emisoras comunitarias que lograron el éxito total cuando realmente empezaron a hacer una radio de la comunidad para la comunidad, con propuestas diferentes de las demás ya existentes. Con personas, técnicos e ideas surgidas de la comunidad para la comunidad que ella estaba instalada. Es preciso creer en eso, ser creativo, y hacer que las personas participen y tengan conciencia de que este vehículo de comunicación

no tiene dueño: las personas de la comunidad son los verdaderos “dueños” de la emisora. Cuando este pensamiento penetra en las personas, hace que un espíritu de colectividad brote dentro de cada persona y la radio naturalmente se transforma en un éxito de oyentes. No importa qué pasa en el mundo “exterior”, las personas de la comunidad se enteran de lo que pasa en el mundo a través de su emisora, a través de su voz, de su crítica, de su análisis. Eso es importante y es ser una radio comunitaria.

5.2.17. ¿Cuál es el objetivo de la emisora?

Tabla 1

	%
Prestación de servicios / Ayudar a la comunidad	48
Informar	10
Cultura	10
Musical/entretenimiento	6
Educativa	4
Anunciar el Evangelio	4
Ayudar aquello que sufre	2
Trabajar para el desarrollo turístico de la ciudad	2
Hacer una radio diferente	2
Hacer que la ciudad crezca	2
Lo que determina la ley	2
Promoción human	2
No sabe / No contesta	6

Como podemos observar, la investigación reveló que los objetivos de esas emisoras son los más variados posibles, dependiendo, por supuesto, de una serie de factores más detallados que no fueron tenidos en cuenta, por no hacer parte de los objetivos primarios de esta encuesta, tales como el número de habitantes que posee la ciudad, el estilo del barrio donde la emisora está inserida (si es un barrio más periférico, más central, más marginado, más joven) o aún el estilo de la asociación a la cual pertenece la emisora, cuál es el objetivo de esta asociación, con cuál finalidad ella fue creada, etc. Como podremos observar a lo largo de esta investigación, es muy complicado y complejo intentar evaluar el carácter comunitario de una emisora, como desean

saber varias personas de este país. Para que eso pase, una investigación exhaustiva tiene que ser analizada teniendo en cuenta varios factores, entre ellos algunos citados arriba. Sería mucha pretensión de mi parte intentar averiguar si una emisora realmente es comunitaria o no. Lo que se intenta plantear a lo largo de este trabajo es un perfil de las radios comunitarias del interior paulista. Saber cómo ellas están operando y cuáles son sus mayores dificultades para funcionar. Cuál es el grado de organización de esas emisoras y para quién ellas están haciendo esa radio comunitaria. Saber si la ley atiende sus necesidades y si las emisoras consiguen trabajar de acuerdo con la ley 9.612 que fue creada justamente para su regularización.

Otro factor que es importante relatar, es que por diversas veces yo escuché, no solo aplicando estos cuestionarios, sino también haciendo las entrevistas, que era preciso analizar el carácter comunitario de una emisora. Como venimos notando a lo largo de esta investigación, eso es algo prácticamente utópico, pues la concepción de “carácter comunitario” puede variar de persona para persona, de comunidad para comunidad y así en adelante.

Cuando cuestionados sobre el objetivo de la emisora, 48% de los entrevistados ya tenían la respuesta en la punta de la lengua: prestar servicios y/o ayudar a la comunidad. Eso me parece muy bonito y digno, pero cuando analizamos el Gráfico 9 sobre cuales eran los programas de la emisora de cuño realmente comunitario (que podrían ayudar a la comunidad de alguna manera o prestar servicios a ella), pocos supieron responderme claramente. Creo también que una respuesta que mejor se “encuadraría” en esta tabla sería lo que contestó apenas 2% de los entrevistados, que sería hacer una radio diferente. O hacer una radio de la comunidad para la comunidad. O algo que mostrase que la comunidad realmente estuviese involucrada en la programación, producción y presentación de los programas de la emisora.

Lamentablemente eso no fue visto significativamente en el resultado de esta encuesta, lo que nos aproxima cada vez más a la conclusión de que algo está equivocado con estas radios comunitarias en Brasil. Siguiendo en orden decreciente, los otros porcentajes de relevancia fueron que el objetivo del 10%

de las emisoras era llevar información a la población, otros 10 % dijeron que el objetivo de la emisora era proporcionar cultura a la población, otros 6% dijeron que el objetivo principal era el entretenimiento, entre otros objetivos que pueden ser observados en la tabla.

5.2.18. ¿Cuál la mayor dificultad operativa de las radios comunitarias?

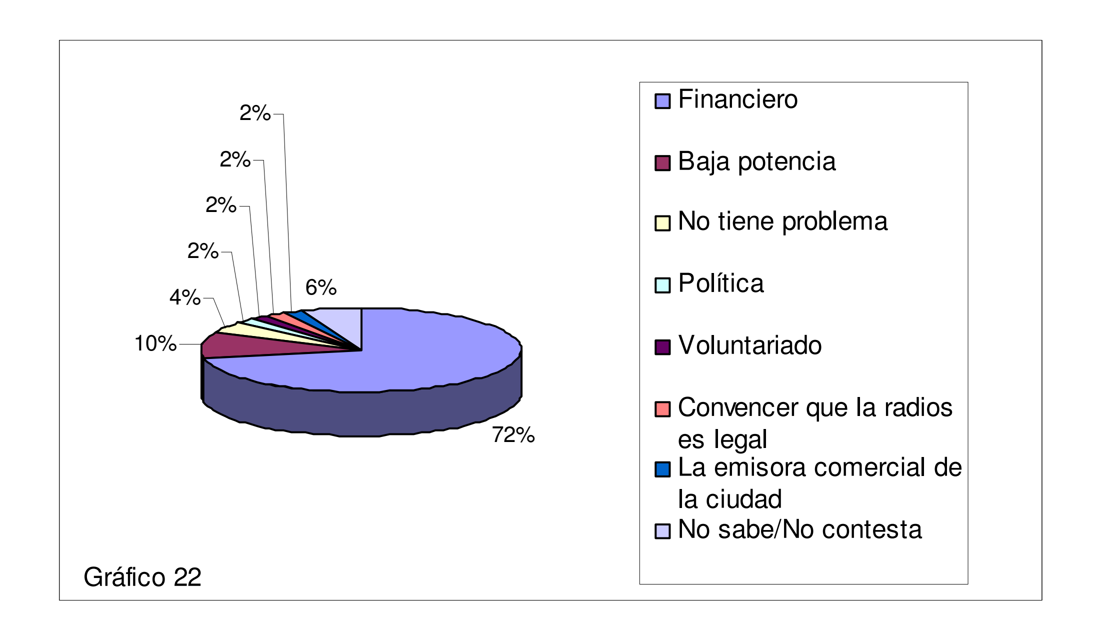


Gráfico 22

Uno de los objetivos de esta investigación era justamente intentar revelar los principales problemas que una radio comunitaria encontraría hoy para mantener su funcionamiento. La cuestión financiera es sin duda el gran problema para la mayoría de las radios comunitarias, el 76% de las emisoras dijeron que mantener las cuentas en día es una tarea muy difícil. Sería un poco más complicado intentar identificar el punto principal de esta cuestión financiera, pero noté en entrevista directa con las radios, que los problemas varían entre pagar las cuentas como la de agua y principalmente la de luz, que es más cara debido a los equipos electrónicos que deben permanecer encendidos; problemas también con las tasas e impuestos que las emisoras tienen que mantener al día, tales como la tasa del ECAD que muchas radios,

confesaron no pagar, muchas veces por realmente no tener condiciones o por creer que la tasa es abusiva. Otro problema relatado informalmente por los entrevistados en la cuestión financiera es encontrar los apoyos culturales necesarios para pagar el costo de la emisora. Los radiodifusores dicen que los apoyos culturales son vendidos a precios muy bajos debido al alcance de la emisora que normalmente es muy pequeño. Y sobre los apoyos culturales los entrevistados dijeron que es difícil crear esos apoyos dentro de la ley, ya que ella no permite hacer una serie de cosas, como divulgar precios de productos, por ejemplo. Para Ruas (2004: 13), el apoyo cultural "significa apenas citación del nombre de la empresa que patrocina el espacio. Así ellas pueden admitir patrocinio, pero bajo la forma de apoyo, y los establecimientos que lo hacen deben, obligatoriamente, situarse en el área de la comunidad atendida".

Un 10 % de las radios comunitarias dijeron ser la potencia el principal problema de la emisora y 4 % declararon que la emisora no posee ningún problema de funcionamiento. Esos sí son muy felices y podrían, quizá, informar a los otros compañeros radiodifusores comunitarios cómo se hace para no tener ningún problema.

5.2.19. ¿Esta emisora ya funcionaba antes de recibir la licencia para emitir?

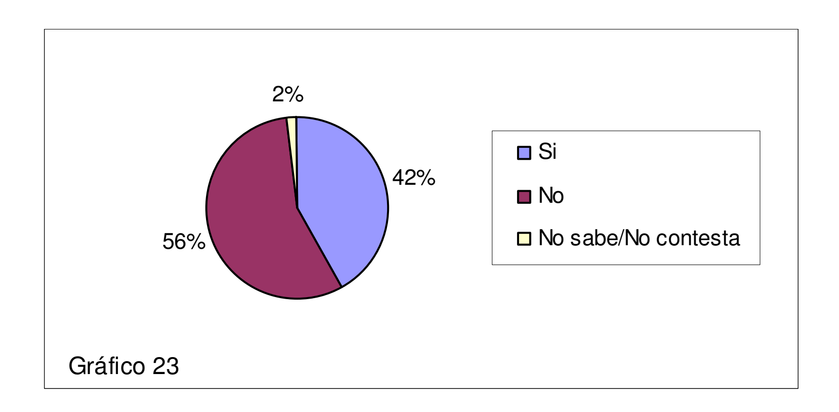


Gráfico 23

Me parecen muy reales los datos de este gráfico en lo que concierne a si la radio ya funcionaba antes de recibir la licencia. Eso porque la pregunta se refiere a un hecho que ya pasó, o sea, el entrevistado no necesitaba mentir al

contestar esta pregunta, aun si yo fuese un fiscal de la Anatel o del Ministerio de la Comunicación; no había por qué tener miedo de contestar esa pregunta. Y aquí también quiero hacer una comparación interesante de ser analizada, y la haré más adelante, entre este gráfico el del número 24, que pide la opinión del entrevistado sobre las radios piratas. Pero eso ya lo abordaremos más adelante.

En este punto 42% dijeron que la radio ya funcionaba antes de recibir la licencia oficial, contra 56% que dijeron que no funcionaban y 2% que dijeron no saber de esta información.

Aquí, esperaba encontrar un porcentaje menor en las emisoras que declararon que ya funcionaban antes de recibir la licencia. Eso porque uno de los factores impuestos en el principio del proceso de regularización de las radios comunitarias era que las emisoras que pleiteaban la licencia no deberían estar en funcionamiento. No había ninguna relación entre las emisoras que ya funcionaban ilegalmente y su regularización a través de la ley 9.612.

5.2.20. Lo que el entrevistado opina a respecto de las emisoras piratas

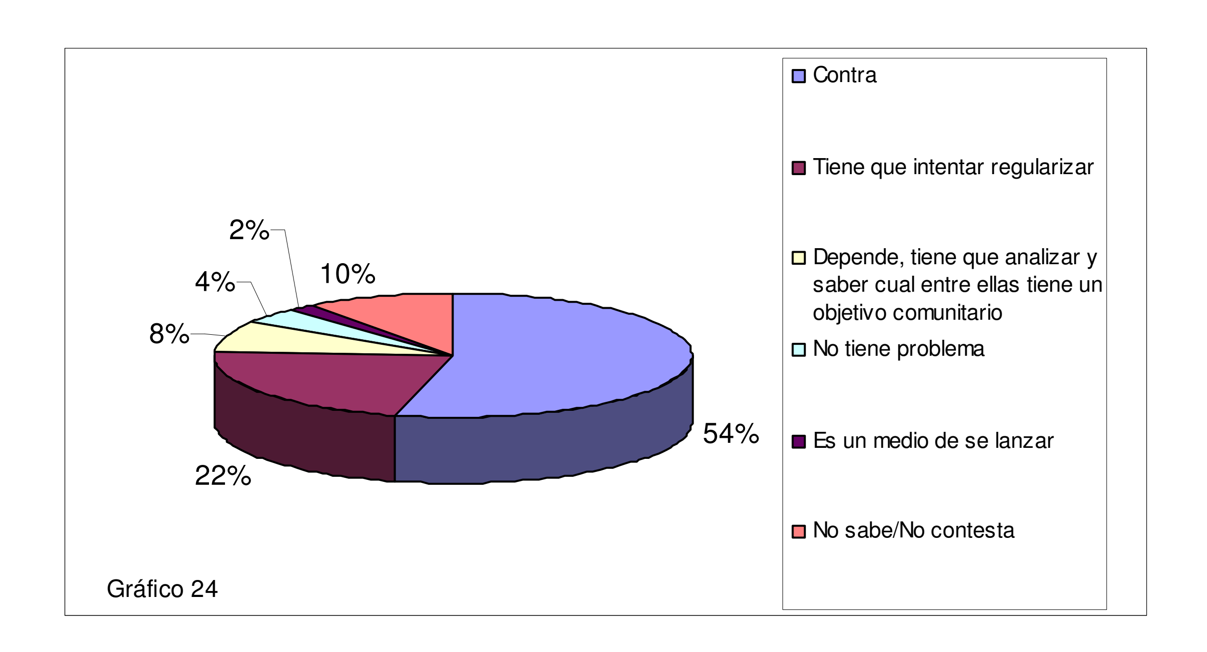


Gráfico 24

Los resultados reflejados en el Gráfico 24 quedan matizados por los dos siguientes gráficos:

De las que se declararon contrarias a las radios piratas, ¿cuántas funcionaban antes de obtener la licencia?

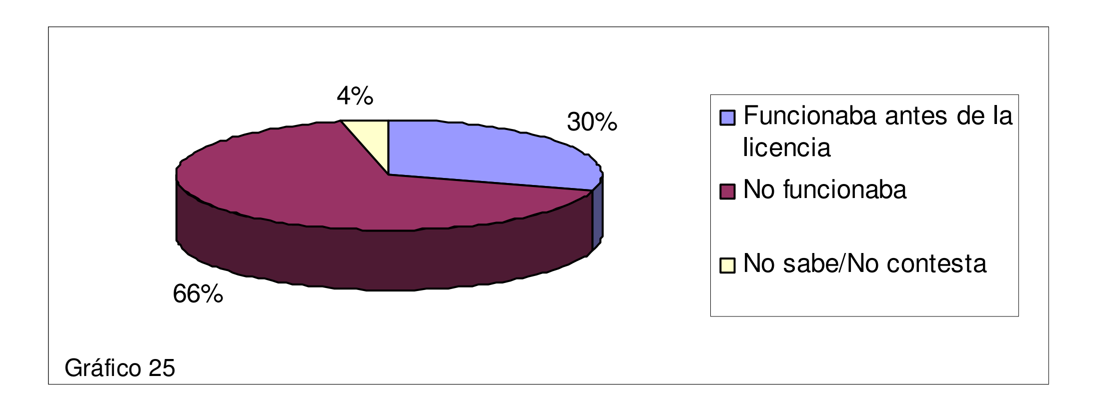


Gráfico 25

De las que se declararon a favor a las radios piratas, ¿cuántas funcionaban antes de obtener la licencia?

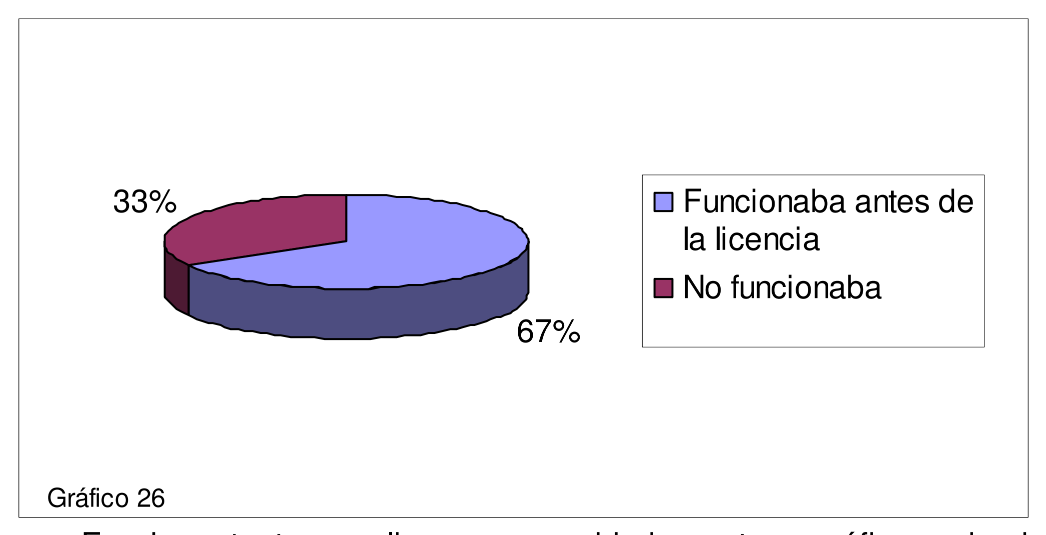


Gráfico 26

Es importante analizar con cuidado estos gráficos donde los radiodifusores comunitarios están "en el otro lado de la moneda": 54% se pronunciaron contra las actuales radios piratas diciendo ser un absurdo el funcionamiento de tales emisoras, que deberían ser cerradas y que es una competencia desleal. Éstos 54% se pronunciaron contra, diciendo que es una plaga, un abuso, que ahora entienden a las radios comerciales, que es injusto, que es una competencia desleal, que es un problema y que esas radios ilegales interfieren en sus equipos y que a veces hasta les insultan.

Otros 22% dijeron ser a favor de las radios piratas, diciendo que el gobierno debería regularizar todas ellas, y que el movimiento de radios ilegales es legítimo. Ya 8 % dijeron lo que muchos líderes comunitarios y dirigentes de asociaciones de radios comunitarios dicen hoy en día: que es necesario analizar el sentido, el carácter de esas radios piratas. Saber si ellas tienen un cuño social o comunitario para después decir si ellas deberían ser cerradas o no. Interesante es notar a lo largo de toda esta investigación, que varias fueron las personas que me dijeron que era preciso analizar el real carácter de una emisora, pero nadie me dijo cómo hacerlo. Intentamos demostrar a lo largo de esta investigación que realizar una pesquisa de campo seria no es tarea fácil además de la complexidad.

Pues bien, ya para 4% de los entrevistados la situación no es problemática, o sea, no hay problema alguno en las radios piratas y para 2% de los entrevistados la radio pirata es un modo de lanzarse e intentar una regularización forzada. Esta fue una de las preguntas que también engendró un alto índice de abstención en las respuestas: 10% de los entrevistados no supieron o no quisieron responder. Vale resaltar que fue una interrogación de cuño personal, dirigida por lo general a algún dirigente de esas radios comunitarias investigadas.

En este punto vale hacer un análisis comparando este Gráfico 24 con el Gráfico 23 que trata si la emisora cuestionada ya funcionaba antes de recibir la licencia.

Obsérvese en los gráficos 25 y 26 cómo ellos coinciden perfectamente en las opiniones expresadas en los gráficos 23 y 24. O sea: entre los que se pronunciaron contra las radios piratas, ¿cuántas emisoras ya funcionaban antes de recibir la licencia? En este caso 30% dijeron que sí, y 66% dijeron que no.

Por otro lado, buscamos comparar aquellos que contestaron que son a favor de las radios piratas y buscamos saber si ellos ya funcionaban antes de recibir la licencia. El resultado fue muy interesante, porque los números se

invirtieron: 67% dijeron que funcionaban antes de recibir la licencia y 34% respondieron que no.

5.2.21. ¿Existen en su área emisoras piratas?

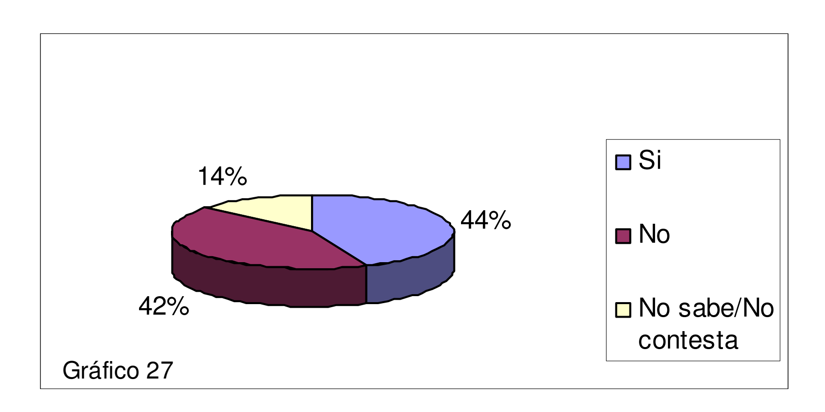


Gráfico 27

Los resultados reflejados en el Gráfico 27 quedan matizados por los dos siguientes gráficos:

¿Esas emisoras piratas obstaculizan de algún modo su emisora comunitaria?

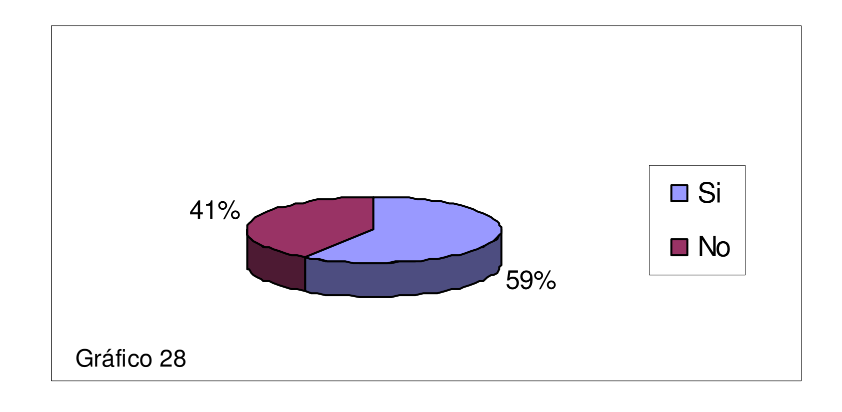


Gráfico 28

¿Cómo la obstaculizan?

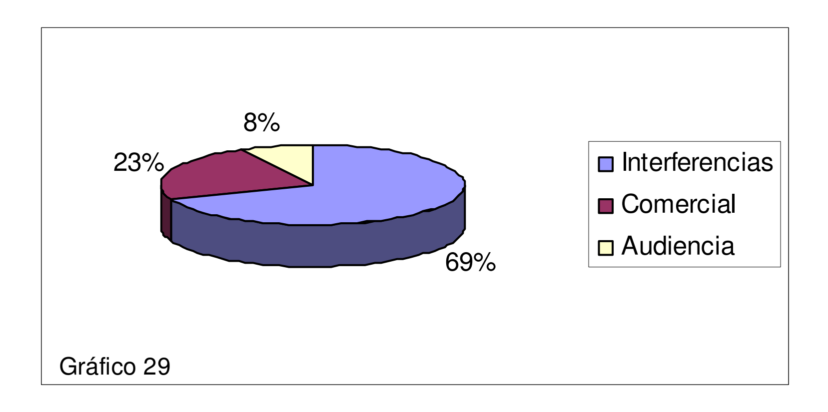


Gráfico 29

Como ya explicamos, intentamos hacer un cuestionario objetivo y claro. El cuestionario fue hecho y rehecho varias veces siendo siempre analizado junto a los referenciales teóricos, las hipótesis y el objetivo de este trabajo. Sin embargo, hay preguntas como esta que son prácticamente tres en una, lo que aumenta los datos a ser analizados. Este gráfico está prácticamente dividido al medio, salvo los 14% que no contestaron o no supieron contestar la pregunta. Siendo así, 44% de los entrevistados dijeron tener conocimiento de radios piratas en las ciudades donde ellos actúan, contra 42 % que declararon no haber ninguna radio comunitaria en su área.

Al cuestionar a los que contestaron "sí" en la primera parte de la pregunta, sobre si esas emisoras estorban su radio comunitaria de alguna manera, 59% dijeron que sí y 41% dijeron que no.

Filtrando aun más la pregunta descubrimos que para 69% de este selecto grupo de entrevistados el problema mayor con las radios piratas es la interferencia que ellas causan en sus emisoras comunitarias debidamente legalizadas. Me relataron que por ser piratas, ellas no tienen ningún compromiso con la sociedad y operan con potencia muy por encima de 25 watts, haciendo que las emisoras comunitarias se queden "calladas" por la interferencia de las radios piratas. Para 23% de los entrevistados las radios piratas les estorban en la cuestión comercial, pues ya que ellas no tienen que pagar impuestos ni tasas, la competencia es desleal y el precio de la propaganda en esas emisoras es muy bajo. Y finalmente, 8% de los entrevistados nos dijeron que la radio pirata roba audiencia de su radio comunitaria.

Muchos de los entrevistados dijeron sentir ahora lo que los radiodifusores de las radios comerciales sentían antes de la legalización de las comunitarias. Una competencia desleal y por diversas veces con "ataques" de las emisoras piratas por interferencia.

5.2.22. ¿Esta emisora ya fue fiscalizada por la ANATEL o Ministerio de las Comunicaciones después de estar regularizada?

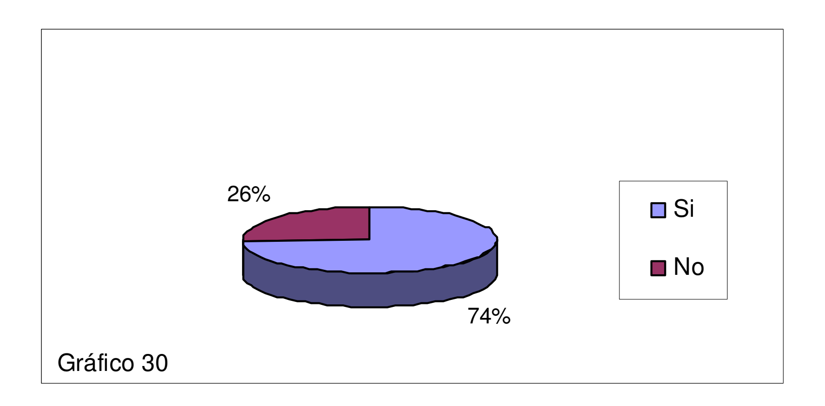


Gráfico 30

Es interesante analizar esta pregunta desde cómo ella está formulada. Ya previendo que pudiese haber emisoras que funcionaban antes de recibir la licencia, y que quizá ya hubiesen sido visitadas por la Anatel para ser cerradas. (Hecho que realmente escuché por algunas veces en las entrevistas por teléfono). La intención era dejar bien claro que la pregunta se trataba de una acción ocurrida después de la legalización de la emisora. Quería saber simplemente si la Anatel o el MC ya habían hecho una fiscalización en la emisora después de regularizada. No me importaba la historia de la emisora. Por diversas veces el entrevistado me dijo que sí, pero cuando la emisora funcionaba ilegalmente. Y yo tenía que intervenir repitiendo la pregunta y enfatizando que quería saber de la visita después de la regularización de la emisora. El resultado fue que 74% de las radios ya fueron fiscalizadas por la Anatel o MC después de regularizadas contra 26% que dijeron que la radio nunca fue inspeccionada por ninguno de los dos órganos. Aquí, vale resaltar como entrevistador único, que por diversas veces los entrevistados dijeron que la Anatel sólo fue a visitarlos porque habían hecho una denuncia contra su emisora. O sea, no fue una vistoria o fiscalización al acaso, mas sí, a causa de denuncias. Nadie declaró haber tenido algún problema en estas fiscalizaciones de la Anatel. De hecho, ese no era el objetivo de la pregunta, pero los entrevistados no dejaban de relatar tales sucesos.

5.3. Conclusiones

¿Cuál sería el papel de las radios auténticamente comunitarias en el siglo XXI? Se calcula en más de cuarenta mil el número de emisoras no legalizadas hoy en Brasil y, lamentablemente, las experiencias de emisoras auténticamente comunitarias representan una mínima parcela de ese total. El ejercicio de la ciudadanía a través de la radio se encuentra amenazado en función de la apropiación privada por comerciantes y políticos de un espacio que debería ser público.

Para Márcia Vidal Nunes (2001: 237), los nuevos medios y recursos de la comunicación de masa ocupan un lugar decisivo en este nuevo milenio. Se registra que la evolución de los servicios de radiodifusión no cesa, pues nuevas tecnologías surgen a cada día. Como los servicios de radiodifusión poseen reglas propias, debates jurídicos ciertamente surgirán.

Se verifica tímida actuación del control social, consubstanciada, ahora, con la previsión legal de la radio comunitaria que extiende la ejecución de los servicios de radiodifusión a una parcela de la sociedad antes excluída.

Las capacidades del Consejo de Comunicación Social son limitadas; su función es meramente opinativa y no vinculante; sin embargo hay pequeño avance en cuando a la fiscalización del contenido de la programación de radiodifusión, incluso con la participación de ONGs contra programas de bajo nivel y de mucho contenido pornográfico.

Según Vidal Nunes, estrategias de seducción cada vez más sofisticadas son utilizadas por esos medios, que se transforman en instrumentos de conquista del público por intereses privados. "¿Podríamos hablar de una esfera

pública mediatizada, en la cual los medios de comunicación asumen el papel de intermediarios entre los grupos y sus intereses específicos con el resto de la sociedad?".

Para la autora, es en ese cuadro que surgen las radios comunitarias, que proponen un ejercicio de la ciudadanía que implica una inserción política concreta.

> "¿Y cómo se construye el ejercicio de esa ciudadanía? ¿Es posible gestar otras formas de manejar los medios de comunicación, tornándolos instrumentos que viabilicen la participación de segmentos sociales más amplios en los debates pertinentes a la esfera pública política?, ¿o la manipulación y la instrumentación serían también los caminos trillados por esas radios que se dicen comunitarias?" (2001: 237)

Antes de empezar cualquier discusión sobre el tema, es fundamental comprender que, a pesar de las exigencias legales, la mayor parte de las emisoras que se dicen comunitarias, en verdad no lo son. Muchas asociaciones fantasmas fueron creadas por políticos, regimentando la participación popular gracias a las prácticas clientelistas, que envuelven un indiscriminado intercambio de favores. En Ceará, nos cuenta Vidal Nunes, de las casi cuatrocientas emisoras existentes, apenas 10% son auténticamente comunitarias, o sea, tienen gestión colectiva, programación plural y participación popular efectiva en todas las instancias.

> "Esas emisoras auténticamente comunitarias son fundamentales para la vida de esas comunidades donde surgieron, pues, además de servir a innúmeros intereses colectivos (servicios de utilidad pública, tales como colecta de contribuciones para el entierro de las personas, localización de niños perdidos, recados, llamadas telefónicas, etc.), contribuyen para el proceso de organización y para la ampliación del nivel de conciencia política de la comunidad" (2001: 33).

Hay una verdadera proliferación de emisoras clandestinas que, por operar en baja frecuencia, con programación cultural y sin fines lucrativos, se autodenominan comunitarias. Sin embargo, alerta Sardinha (2004: 226), "no poseen cualquier autorización para su funcionamiento, bajo el argumento de que no necesitarían previa autorización por parte del Poder Público, una vez que una eventual prohibición afrentaría el dispositivo del art.5, inciso IX, de la

CF/88, que establece la libre expresión de la actividad intelectual, artística, científica y de comunicación independientemente de censura o licencia".

Sin embargo, dejemos claro que no hay, en verdad, limitación del derecho de manifestación. El Poder Público tan sólo establece reglas previas para análisis técnico de instalación de emisoras de radiodifusión con el fin de preservar la seguridad pública y evitar interferencias en el sistema de radiotransmisión.

Conforme ya expuesto en este trabajo, el texto constitucional y la legislación infraconstitucional son claros sobre la necesidad de concesión, permiso o autorización de la Unión, para la ejecución de los servicios de radiodifusión, y no hay excepción para emisoras de baja potencia.

Ese control, continúa Sardinha (2004: 227), se debe a la necesidad del uso racional del espectro radioeléctrico, para evitar poner en riesgo la vida de personas, con posibles interferencias en servicios de radiocomunicación permitidos a bomberos, policía y aeronáutica. De esa forma, se ha confirmado la jurispericia del STJ, al decidir que la radio comunitaria, a pesar de operar en baja frecuencia y no tener fines lucrativos, no puede funcionar sin la debida autorización del Poder Público.

En posición contraria, Paulo Fernando Silveira (2001: 236) y Volneida Costa (Sardinha, 2004: 226), al argumentar que el alcance de las radios comunitarias es local, atendiendo a intereses de pequeñas comunidades o barrios, defienden que la reglamentación, la fiscalización y la autorización son atribución de los Municipios y no de la Unión.

Para Sardinha, "la mejor manera de prestigiar el Estado Democrático de Derecho en materia de explotación de los servicios de radiodifusión sería, entonces, la creación de un órgano público no estatal, representativo de la sociedad, Gobierno y entidades representativas del sector, con poderes para delegar, fiscalizar y punir" (2004: 230).

Es de saberse que la comprensión de los derechos y deberes del ciudadano auxilian en la práctica de la ciudadanía integrada al crecimiento

individual, estimulando el surgimiento de liderazgos populares y la consolidación de los ya existentes. Esa es la mayor contribución del movimiento de radios auténticamente comunitarias hoy y en el porvenir, ya que esperamos que ellas representen, cada vez más, espacios alternativos de ejercicio de la ciudadanía, ampliando las posibilidades de los ciudadanos de en el futuro luchar efectivamente por sus derechos junto al Estado y a la sociedad. Sin embargo, alerta Vidal Nunes, "el uso comercial o político partidario de esas emisoras representa una grave amenaza a la legitimación de ese espacio alternativo de expresión de las clases populares, como comprueba la investigación realizada en la elecciones de 98 en Ceará".

> "Buscando reproducir la programación de las emisoras comerciales, presentando una composición comunitaria artificial, reuniendo asociaciones comunitarias forjadas en su mayoría por la acción de agentes de propaganda electoral, esas emisoras indebidamente llamadas comunitarias se apropian del espacio comunitario, privatizando la dimensión pública que debe ser un espacio colectivo de articulación, de organización y de concientización política de las comunidades que no disponen de instrumentos de comunicación propios" (2001: 238).

Para esta autora, (2001: 235), a través de la utilización de prácticas clientelistas "milenarias", asociaciones comunitarias son forjadas para justificar la concesión de canales comunitarios que acaban en las manos de políticos y comerciantes, tergiversando así el verdadero sentido de existencia de esas emisoras.

Para Sardinha (2004: 225), la Ley 9.612/98, alterada por la Ley 10.597/02 debería haber previsto comprobación de que la entidad candidata a la ejecución del servicio de radio comunitaria realiza algún trabajo social desde por lo menos un año antes. "Se evitaría así que entidades sin cualquier connotación social, muchas veces de objetivo estrictamente comercial, político y/o religioso, sin cualquier compromiso con la comunidad local, se candidatasen a la explotación del servicio de radio comunitaria. Esto, lamentablemente, no ha ocurrido".

Pero entonces, ¿cómo resolver esa cuestión? Eso ya sería asunto para otra tesis donde podrían ser estudiados diferentes casos de radios comunitarias que son perfectamente autosustentables e intentaríamos

diagnosticar o sugerir soluciones alternativas para el mantenimiento de esas radios comunitarias.

Alguna salida habrá de existir. En el caso de esta investigación, apenas consultando la bibliografía disponible, pude identificar que las emisoras comunitarias de mayor éxito fueron aquellas creativas para su época y comunidad. O sea: las emisoras que lograron mayor éxito y representatividad fueron las que realmente hicieron una radio diferente del modelo de radio de las emisoras comerciales, de la *radio-fórmula*. El radiodifusor comunitario tiene que ver que él es diferente, que su propuesta es diferente y que su radio es diferente. Es claro que si una radio comunitaria quiere imitar el modelo de una comercial, ella no tendrá ninguna chance de supervivencia, pues la ley fue elaborada para una radio comunitaria, y no comercial. Me parece hasta un poco ridículo decir eso. Pero lo realmente difícil es explicar lo obvio. Digo que si un radiodifusor comunitario tiene la intención de hacer su emisora al modelo de una comercial, o sea, apenas tocando música y haciendo programas que ya existen, es claro que la potencia será una gran enemiga, la cuestión del apoyo cultural será un gran enemigo. Pero si el radiodifusor busca la creatividad, (este es el punto que considero fundamental, más complejo y difícil), y busca identificar lo que su comunidad realmente quiere y necesita, estará haciendo una emisora diferente. Veo que una de las soluciones para el éxito de una radio comunitaria es ser diferente utilizando la creatividad: ¡buscar un rasgo diferencial! Y eso no siempre es fácil de conseguir. Da trabajo, desde luego. Pero la radio comunitaria tiene que presentarse con una nueva propuesta de hacer radio, porque si esta emisora cae en la rutina, ya estará destinada al fracaso. Será devorada por el mercado y por las emisoras comerciales. Por eso veo con buenos ojos la ley que rige las radios comunitarias. Porque, con todos los defectos que pueda tener, es prácticamente perfecta para regularizar aquellas emisoras que realmente quieren ser comunitarias y no comerciales. Pues en un país como Brasil, cuyos índices de desempleo y mala distribución de renta son altos, ¿quién no quiere tener una licencia para operar un medio de comunicación como ese y transformarlo en su sustento?

Como bien dijo Márcia Vidal Nunes,

> “Las radios comunitarias auténticas, que cuentan con gestión colectiva, participación plural y programación elaborada por la población, son instrumentos fundamentales para el ejercicio alternativo de la ciudadanía en el siglo XXI, ciudadanos más fortalecidos para luchar por el servicio de sus derechos junto al Estado y a la sociedad. La instrumentación comercial y/o político-partidaria de esas emisoras constituye una seria amenaza al ejercicio alternativo de la ciudadanía por la radio (a través de la apropiación por políticos y empresarios de un espacio que debía ser público)” (2001: 234).

Ese es el punto donde es preciso tomar cuidado. Saber identificar y distinguir una emisora comercial de una emisora comunitaria. Para eso existen las licitaciones de emisoras comerciales que, por mucho que se modifiquen, no agradarán a todos. Eso es imposible. Pero en el aspecto democrático no están tan mal. Principalmente si las comparamos con las licitaciones en la década de 80 o anteriormente, cuando el prestigio político hablaba más fuerte.

Para uma próxima investigación, sugiero inserir la cuestión: ¿cuál es la diferencia entre su emisora comunitaria y una comercial? Sin llevar en consideración la potencia, obviamente.

Así como las radios comunitarias investigadas por Ruas (2004: 117), esta investigación constató también que las emisoras encuestadas, aun sirviendo como instrumento de descentralización y democratización de medios de comunicación, no son administradas por la comunidad, lo que les garantizaría, legalmente, el nombre de comunitarias. Sin embargo, a través de los servicios que prestan a la comunidad, aun cuando esporádicos y en pequeñas proporciones, aproximan al emisor del receptor, creando una mayor proximidad entre lo que se dice y lo que se quiere oír. Por eso se vuelven atractivas, mercadologicamente, pues captan una parcela de la audiencia.

Así, basados en Nunes (1995: 67) que dijo que las llamadas radios "piratas" “son emisoras que ven la radio esencialmente como un vehículo de comunicación altamente lucrativo”, podríamos atrevernos a concluir que las radios comunitarias legalizadas que solamente tienen preocupación con las

ganancias, podrían también ser llamadas de “piratas”. Sin duda es algo para pensar y desde luego, muy polémico.

Ya para Carvalho (1998b),

> “No basta salir ocupando espacios en radios. Es necesario investigar el mercado, entender la lógica del oyente y presentarse a él como un amigo, alguien que entra en la casa del oyente, coge el autobús con él, trata al oyente como un verdadero amigo. Alguien que informa y divierte a un oyente necesitado de noticias, servicio, pero, principalmente, de calor humano. Alguien que llama al oyente de “tú”.

Tan importante como querer hacer, según José Ignácio López Vigil (2002), es saber hacer.

> “El voluntariado resuelve un problema porque no se tiene que pagar a nadie, pero crea problemas mayores porque los voluntarios se casan, emigran, trabajan cuando pueden, no disponen de tiempo para el programa porque tienen otras cosas para atender”.

Galarza (1993: 20-22) advierte que

> “La época neoliberal redefine el ordenamiento de la radio popular: las emisoras y oyentes tendrán que invertir en creatividad empresarial para un desarrollo autogestionario, incorporando administración, profesionalismo y tecnologías que se adapten a un trabajo popular sostenido y pluralista”.

La justa remuneración del trabajo de los equipos y la inversión en la capacitación de los profesionales permiten, según dice el autor, exigir y al mismo tiempo controlar la calidad de los programas. El profesionalismo no es contradictorio con el carácter comunitario o popular de una emisora.

Con el avance del neoliberalismo las emisoras tienen que preocuparse con capacitación y profesionalización de los equipos, modernidad y calidad de los programas, autofinanciamiento y competitividad.

Para Cogo (1998: 213) las dificultades en la comprensión de las mediaciones relacionadas al universo cultural de los receptores, está ligada, sin duda, a las innumerables limitaciones que enfrentan los productores de las radios comunitarias y de la comunicación comunitaria de una forma general.

> “La carencia de recursos técnicos y financieros, escasez de líderes comprometidos con ese tipo de propuesta, la falta de planificación, el carácter voluntario del trabajo de los equipos, la baja escolaridad, la metodología inadecuada, las posturas autoritarias, las expectativas y las relaciones en el interior de los equipos restringen las posibilidades de invertir en el conocimiento y comprensión del universo de recepción”.

Según Peruzzo (1998: 143), al tratar de la participación en la perspectiva de la democracia de la comunicación, es recomendable recorrer un camino que nos favorezca captar el proceso con más profundidad, penetrando en la radicalidad del contexto donde él se concreta. En otras palabras, es apremiante que intentemos comprender el envolvimiento popular en la producción, en la planificación y en la gestión de la comunicación comunitaria, como forma inclusive de contribuir para el avance en calidad participativa y en la conquista de la ciudadanía.

Basados en Peruzzo en su obra “Comunicación en los movimientos populares”, podemos utilizar los niveles presentados por

> “Merino Utreras, desde principios aprobados en reunión sobre la autogestión y en seminario sobre la comunicación participativa: el nivel de la producción, en el cual el “pueblo” se envuelve en la elaboración de programas y mensajes, contando con ayuda profesional, facilidades técnicas y recursos; el nivel de la planificación, en que él toma parte tanto en la definición de políticas, objetivos, principios de gestión, planes, actividades y financiaciones cuanto en la formulación de proyectos nacionales, regionales y locales; el nivel de la gestión, donde él tiene acceso a las decisiones relativas a la programación (contenido, duración, selección de horas), bien como al control, a la administración y a la financiación de la organización comunicacional. Como referencia para futuras investigaciones, añadimos un nivel: aquel en que las personas se envuelven, tan sólo y ocasionalmente, en los mensajes divulgados, sin interferir directamente en los demás procesos” (1998: 144).

Si no se puede hablar de un modelo único de hacer radio comunitaria o aun de un modelo comparativo capaz de indicar lo que torna una emisora más popular que otra, es posible identificar o clasificar alguna líneas que ayudan a entender mejor algunos de los principales problemas colocados por esta

investigación, tanto basados en la bibliografía (aquí destacamos una vez más a Peruzzo (1998: 160)) como también en los resultados del cuestionario aplicado y en las entrevistadas realizadas con diversos miembros involucrados en el tema de la comunicación comunitaria en Brasil. A continuación, los principales problemas identificados en este trabajo relativo a las radios comunitarias:

1. Limitación

Utilizan el medio radio prácticamente apenas para tocar música, y la mayoría de las veces sólo el ritmo sertanejo de éxito, no dando mucho espacio (o ningún espacio) a los artistas independientes.

2. Alcance reducido

El medio alcanza, generalmente, apenas una parcela de oyentes potenciales y normalmente alcanza a aquellos ya “concientizados” o sensibilizados por el tema.

3. Inadecuación de medio

Es común la utilización de emisoras sin mayores preocupaciones con su adecuación al público potencial o lenguaje apropiado.

4. Restricto uso del vehículo.

La mayoría de las veces sólo tocan músicas comerciales. En las radios comunitarias, el objetivo de expresar la pluralidad cultural pone en primer lugar la necesidad de aproximarse a los grupos y ritmos musicales que el mercado aún no considera compatibles con su política de consumo.

5. Poca variedad

Se sirven de la radio, pero no aprovechan la canción popular creada en el propio contexto donde ella está inserta. Si quisiesen realmente difundir una idea o cultura, podrían utilizar otros medios

que serían complementarios, lo que les tornaría más dinámicos, participativos y ciertamente aumentaría su poder de comunicación y, consecuentemente, su éxito.

6. Falta de capacidad técnica

No se hace una planificación correcta, elaborándose los programas generalmente en la última hora, con extrema prisa. La periodicidad no es observada con rigor, ocurriendo que un programa de radio puede ir al aire en un día y no en el otro. El cuadro de recados a veces sirve más para "archivo muerto", de tan desactualizado, lo que acaba afectando la credibilidad. La especialización es deficiente, poniéndose en el aire, por ejemplo, locutores cuya habla no se consigue comprender o dejando que el líder emplee el micrófono por casi una hora para un discurso inadecuado al medio.

7. Contenido mal explotado

Las limitaciones con relación al contenido de la comunicación en la radio comunitaria son gritantes, tanto en el lenguaje cuanto en la variedad de la programación o de los materiales divulgados. En lo que concierne a la primera, es casi siempre dura y pesada. Quizá debido al afán de "concientizar" a cualquier precio y rápidamente, se transmiten discursos abstractos, prepotentes, panfletarios o doctrinarios. Además, los textos y las elocuciones suelen ser demasiado largos. En cuanto a la diversificación, no se muda el formato o se innova poco. Hay apenas música (a veces muy repetida, porque se dispone de poco repertorio), "adoctrinamiento" y advertencia. La comunicación popular radiofónica ha sido excesivamente seria. Abre poco espacio para amenidades, para el entretenimiento, para lo lúdico. Explota insuficientemente el humor, la canción popular y otros medios de expresión de la creatividad popular, lo que podría tornar a los medios más participativos y atrayentes.

8. Carencia de recursos financieros

Es uno de los principales puntos críticos de las radios comunitarias. La salida suele estar en conseguir dinero mediante proyectos presentados a instituciones financiadoras, en la política o en la recaudación de fondos con anuncios comerciales, fiestas populares, donativos. El problema financiero es un complicador de la comunicación popular, pudiendo tanto poner en riesgo su generación como hasta inviabilizar su continuidad, pues la auto-sustentación, que sería uno de los pilares de su autonomía, es un problema de difícil solución.

9. Ingerencias políticas

Siempre existe el riesgo de que las iniciativas comunitarias sean utilizadas con objetivos particulares o político-electorales, desviándolas de su finalidad y perturbando todo el proceso. Crece la inclinación en ese sentido.

10. Participación desigual

Podemos afirmar con base en los resultados de esta investigación, que en la mayoría de las prácticas brasileñas de radio comunitaria, la producción de mensajes, la planificación y la gestión de medios se centralizan en pocas manos. Además de envolver el riesgo de control de la información y del poder, entre otras posibles consecuencias negativas, eso favorece la reproducción de estructuras de dominación y entra en contradicción con la práctica participativa más amplia de los movimientos comunitarios.

En ese caso, la comunicación pasa a ser tratada como actividad-fin, perdiendo su potencialidad de actividad-medio con función político-educativa para el conjunto de las personas. El resultado es que pocos hacen todo y dan a los vehículos y a sus contenidos el rumbo que les parece bien, formándolos a su imagen y semejanza y no a las de la organización social en que están insertos. Cuando eso ocurre, la participación de los miembros o de los

asociados en general es facilitada apenas en mecanismos que no afecten la toma de decisiones o que no comprometan intereses o la línea política de esos medios. Llegan a ser hechas muchas invitaciones a la comunidad para que se envuelva, pero en la práctica no se viabilizan canales para ese fin.

¿Por qué se estaría dejando de propiciar la participación ampliada de la población? En razón, quizá, de ingenuidad, o de objetivos personales, o de intereses partidarios, o de convicciones políticas vanguardistas. O aun de un componente cultural vinculado a la inexperiencia brasileña en lo que se refiere a una práctica participativa democrática, lo que puede explicar el hecho de que tal situación generalmente ni sea rechazada por la comunidad, que acaba hasta por encararla como natural.

La conclusión a que podemos llegar es que con las radios comunitarias no existe un término medio: o ellas empiezan a hacer algo diferente de lo que fue hecho hasta ahora en las emisoras comerciales o simplemente no son necesarias.

Las radios comunitarias deberían debatir diferentes temas, respetando siempre la diversidad cultural, y no tolerando cualquier tipo de dictadura, ni siquiera la musical de los grandes estudios de producción y grabación. Vigil (1997), en su *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*, defiende que las radios comunitarias se definen por las siguientes características:

- no tienen fines lucrativos;
- la comunidad tiene el control y propiedad de la radio;
- la participación de la comunidad es central en este proceso.
-

El autor citado deja claro que radios comunitarias no tienen por objetivo hacer algo para las comunidades: la propia comunidad deberá hacer algo para sí misma, controlando sus medios de comunicación.

Las radios comunitarias deben tener objetivos de cambio social, promoviendo el derecho a la comunicación y a la información, en una perspectiva de un sistema justo que tenga en consideración derechos humanos, tornando el poder accesible a las masas y abriéndolo a su participación.

La Federación Argentina de Radios Comunitarias establece las radios comunitarias como una radio en la comunidad, para la comunidad, sobre la comunidad y por la comunidad.

También a CNRL (*Confédération Nationale des Radios Libres*, Francia) subraya la importancia de la participación activa de la comunidad en el proceso de creación de noticias, información, entretenimiento y material cultural relevante, con un enfoque prioritario en las preocupaciones locales. En la programación deben ser promovidas la mejoría de las condiciones sociales y la calidad de la vida cultural. Para el establecimiento de la programación, la propia comunidad decide sus prioridades y necesidades.

Aunque hayan significado un importante paso para la reivindicación de políticas menos monopolistas de comunicación, despertando en las comunidades la urgencia de legislaciones más democráticas, las radios comunitarias carecen de una movilización social más intensa. Se restringen demasiado a la aventura de romper con el monopolio estatal o con la postura comercial que nortea a los medios de comunicación de muchos países. Sin embargo, a veces acaban repitiendo los mismos modelos que tanto critican, y eso fue el resultado que obtuvimos.

CAPÍTULO VI

Conclusiones y Perspectivas

> *La radio es el periódico de los que no saben leer, es el maestro de quien no puede ir a la escuela; es la distracción gratuita del pobre; es el animador de nuevas esperanzas; el consolador de los enfermos; el guía de los sanos, desde que la realicen con espíritu altruista y elevado (...).*
>
> *Roquette Pinto*

La sociedad se vuelve cada día más y más compleja y será cada vez más y más exigente. La sociedad quiere la democratización del acceso a los servicios, como de las telecomunicaciones, que la ponen en conexión con el mundo. Para armonizar esos valores actuales, defiende Sardinha (2004: 155) que es preciso un gerenciamento incesante. Y ese gerenciamento se hace por la continua edición y sustitución de normas y, a continuación, su aplicación concreta por órgano administrativo, el cual debe, también realizar actos de control previo. Lo que se pretende es que los conflictos sean juzgados por quien comprenda del asunto y no por alguien que comprenda apenas de Derecho, esto es, solamente de las técnicas de producción y hermenéutica normativa. Los conflictos deben ser juzgados por quien sea experto en el problema específico, sepa de las dificultades que componen el conflicto, dé solución más armoniosa por equidad y se base en criterios técnicos, etc. Ésta es la expectativa que hizo surgir las agencias reguladoras como la ANATEL. Nacieron porque la sociedad exigió que el Estado regulase ciertas realidades. En los orígenes, los servicios en causa eran más simples, tanto desde el ángulo tecnológico como desde el de la organización económica. Consecuentemente su disciplina era menos compleja, resumiéndose a algunas cuestiones. Sin embargo, según el Maestro Carlos Ari Sundfeld (Sardinha, 2004: 155), ese cuadro se alteró radicalmente: hoy, cada servicio estatal es objeto de un universo jurídico con peculiaridades muy específicas, no siendo más viable, por lo tanto, explicar todo globalmente.

Recordemos que la evolución de los servicios de radiodifusión no cesa. Nuevas tecnologías surgen a cada día; por ejemplo, ahora está en fase de estudio la oferta de contenido audiovisual por las redes de telefonía celular, lo que posibilitará al usuario ver TV directamente en su teléfono móvil. A ejemplo de lo que ocurre hoy, cuando los programas de televisión incitan al telespectador a opinar vía Internet en las programaciones, sin duda la inclinación natural es que los nuevos aparatos portátiles, al recibir la TV digital, harán aumentar la interactividad del usuario con los programas televisivos. Como los servicios de telefonía, debates jurídicos seguramente surgirán. Cabe, pues, en opinión de Sardinha (2004: 249), la siguiente indagación:

> "¿En este inicio de siglo XXI, cuál será el porvenir de estos importantes vehículos de comunicación social? Tal cuestión es de suma importancia para el País, una vez que, para gran parte de nuestro pueblo, la televisión constituye el único medio de información y entretenimiento, valiendo recordar que en la explotación de los servicios de radiodifusión sonora (radio) y de sonidos e imágenes (televisión) no hay cobranza de tarifas: el servicio es prestado gratuitamente al público en general".

Ignacio Ramonet (2005: 27) en su articulo "Medios de comunicación en crisis" nos informa que solamente en el curso del primer trimestre de 2004 se crearon 4,7 millones de sitios Web. Actualmente existen en el mundo unos 70 millones de sitios e Internet cuenta con más de 700 millones de usuarios. En los países desarrollados, muchas personas abandonan la lectura de la prensa y hasta la televisión por la pantalla del ordenador. El ADSL (Asymetric Digital Subscriber Line), ha modificado la situación especialmente. Por precios que oscilan entre los 10 y los 30 euros, hoy en día es posible abonarse a Internet de alta velocidad. Actualmente, en Francia, más de 5,5 millones de hogares están abonados con conexión ultra rápida a la prensa digital (el 79% de los diarios del mundo poseen ediciones electrónicas), con todo tipo de textos, e-mail, fotos, música, programas de televisión o de radio, películas, videojuegos, etc.

> "En la India, la firma Times Internet, filial multimedia del diario Times of India, envía mensualmente a los teléfonos móviles de sus abonados más de 30 millones de informaciones en forma de SMS (Short Message Service), tecnología que permite una comunicación rápida, breve y económica. En Japón y en Corea

del Sur, una cantidad creciente de personas se informan a través de sus teléfonos móviles. Allí reciben programas de radio, de televisión y los canales de información permanente. Resultado: todos los sectores de información, fuera de Internet, pierden audiencia dado el alto nivel de competencia existente entre los medios de comunicación"[210].

En los días actuales en Brasil, la cuestión en boga es, indudablemente, la implantación de la televisión digital. La tecnología digital provocará verdadera revolución en ese importante vehículo de comunicación y representará la segunda generación de la televisión brasileña. Como nos cuenta Sardinha (2004: 206), la exhibición en la TV del atentado terrorista de 11 de septiembre de 2001 contra las torres gemelas del *World Trade Center,* en la ciudad de Nueva York, puede ser puesta como ejemplo del avance tecnológico de las comunicaciones; ciertamente quedará para siempre en nuestra memoria, pues vimos los ataques tan pronto acontecieron, y más: el ataque a la segunda torre fue transmitido en directo y en colores para los cuatro rincones del mundo. Aquí vale una reflexión: la radio no es más el único medio de comunicación poseedor del tan famoso "inmediatismo", gracias al avance de la tecnología. Como bien nos señala Moreira Neto (1997: 2),

> "La sociedad se transforma bajo el influjo poderoso de la llamada Revolución de las Comunicaciones, que disemina informaciones y conocimiento, y trae, como consecuencia, el alumbramiento de la conciencia ciudadana. Con eso, se da la ascensión de la sociedad, de objeto del juego a protagonista político, y se desarrolla un nuevo diálogo en el que sobresalen sus demandas de eficiencia y de ética con relación al Estado, que, por eso, va dejando de ser un tutor de la sociedad para ser su instrumento, y el individuo, en consecuencia, pasa de súbdito a ciudadano".

Sardinha (2004: 211) afirma que el avance tecnológico de las comunicaciones lleva a cambios en la sociedad, suscita la conciencia sobre los intereses sociales y hace surgir demandas sociales que exigen cada vez más eficiencia y transparencia en las acciones estatales.

---

[210] Según Ramonet (2005: 27), en Estados Unidos, la audiencia de los informativos televisivos de los principales canales pasó de un promedio de 36,3 millones cada noche, en 1994, a 26,3 millones en 2004.

> “Es el denominado control social sobre la Administración Pública. Si hay voluntad por parte de los dirigentes de los servicios de radiodifusión, los medios de comunicación de masa - la radio y la TV - pueden transformarse en importante instrumento en la búsqueda de concienciación y movilización social, de colaboración de la comunidad con el Poder Público, sea en la recaudación de campañas filantrópicas, sea en la irradiación de refugios de bandidos de alta peligrosidad”.

Massagão (1987: 33) va más allá y completa:

> “Lo que se trata de hacer con las radios libres es exactamente eso: reinventar el sistema de los medios, desconstruyendo la pragmática que nos es impuesta de arriba, verticalmente, ya desde la concepción de la tecnología. Al mismo tiempo, integrarla de forma sana en la vida de la comunidad, para que sea instrumento de la creatividad colectiva y no la prisión del imaginario”.

Sabemos que en general, toda evolución tecnológica carga en sí una revolución cultural, un cambio de mentalidad. Para Del Bianco (2001: 38) la radio digital no escapa a la regla.

> “Su introducción en Brasil profundizarará algunos cambios en curso patrocinados por las grandes emisoras desde la implementación de la FM y de la consolidación de las redes vía satélite: a) la profesionalización de la programación con fuerte inclinación a la segmentación; b) la modernización de los métodos de gerenciamento; c) la diversificación del negocio radio”.

Para la autora, todo indica que las emisoras tendrán que estar mejor estructuradas para ofrecer no solamente programación de calidad a la audiencia compatible con la calidad de sonido de CD, como también servicios adicionales de datos con información calificada. Aunque el momento sea de indefinición, de cautela y de riesgos, para Del Bianco hay una certeza en el horizonte: “la radio puede adaptarse fácilmente a las innovaciones tecnológicas que caracterizan nuestra época. La cuestión es si los radiofonistas que están adelante de las emisoras saben de eso”.

Ortriwano (1985: 62) nos alerta que con el rápido avance de la tecnología, las potencias económicas internacionales, sin ejercer cualquier presión diplomática – y hasta logrando ganancias, - consiguen influir el resto del mundo no sólo con la divulgación de la información en sí, como también de

la interpretación y emisión de opinión. Y la principal vía por la cual se ejerce esa influencia indirecta son las agencias de noticias, especialmente las llamadas "cuatro grandes": AP, UPI, AFP y Reuters.

Afirma Ramonet (2004: 120) que uno de los derechos más valiosos del ser humano es el de comunicar libremente sus pensamientos y opiniones. Él nos dice que en las sociedades democráticas la libertad de palabra no sólo está garantizada, sino que es acompañada por otro derecho fundamental: el de estar bien informado. "Ahora bien: la concentración de los medios de comunicación a través de la fusión[211] de publicaciones antes independientes en el seno de grupos que han llegado a ser hegemónicos, pone en peligro ese derecho. ¿Tienen que tolerar los ciudadanos este desvío de la libertad de prensa? ¿Pueden aceptar que la información se reduzca a una simple mercancía?".

En esta linea, Toussaint (1985: 15) nos dice que el funcionamiento de las empresas dedicadas a la comunicación de masa es "una actividad de alto riesgo, una vez que reposa sobre los gustos cambiantes de un público en mutación por influencia de transformaciones sociales lentas, pero profundas (urbanización, escolaridad, tercerización) y, más frecuentemente, sobre el complemento financiero de los publicitarios. Además, ella oculta actividades fuertemente competidoras".

El acto de informar fue considerado cada vez más problemático. Para muchos ejecutivos políticos, que reconocían la importancia de la comunicación, punto-llave era el acceso a la información, qué W.H. Dutton (Briggs, 2004: 274) llamó de "teleacceso". ¿Por qué, con tantos comentarios sobre la "sociedad de información", las personas no estaban adecuadamente enteradas? Algunas parecían menos informadas que en generaciones anteriores. "Es la edad de la información", observó Ben Stein en 1989, "y nadie sabe nada". ¿No se debería, por consiguiente, prestar atención a "informar a la sociedad"? ¿Cómo podría la

[211] En todo el mundo, conglomerados gigantescos entran macizamente en los medios de comunicación. Sólo para ejemplificar, en Estados Unidos, donde en febrero de 2002 fueron abolidas las reglas anti-concentración en el campo audiovisual, America-On-Line compró Netscape, el semanario Time, la empresa hollywoodense Warner Bross y la cadena de información continua CNN; General Electric, primera empresa mundial por su capitalización bursátil, se apoderó de la cadena de televisión NBC. (Ramonet, 2004: 120).

tecnología ayudar en esa tarea con el auxilio de los medios de comunicación en su estado actual o futuro?

Aunque para muchos autores, como Briggs, la historia de la tecnología no sea el único elemento en la historia de los medios de comunicación de la segunda mitad del siglo XX, los ordenadores deben venir en primer lugar en cualquier análisis histórico, pues tan pronto como dejaron de ser considerados simples máquinas de calcular - y eso sólo aconteció en el principio de la década de 1970 -, pasaron a hacer que todos los tipos de servicios, y no solamente los de comunicaciones, tomasen nuevas formas. Sin embargo, para eso tuvieron que volverse menores y más económicos. Y en la realización de esa tarea, los Estados Unidos dominaron el curso de los eventos. Con el advenimiento del circuito integrado, un chip de silicio de un sexto por un octavo de pulgada, conteniendo 2.250 transistores miniaturizados, tenía ahora la misma potencia del Eniac, que ocupaba una sala entera. Con circuitos lógicos internos, el nuevo chip posibilitó el desarrollo de ordenadores para todos los tipos de propósitos.

En 1964 (Briggs, 2004: 286), el químico Gordon Moore, co-fundador y presidente de la Intel, formuló la llamada ley de Moore, que desde entonces tuvo su veracidad más o menos confirmada: el número de transistores que podrían ser puestos en un único chip se duplicaría cada 18 meses. Los suministradores de programas se multiplicaron después de la invención del microprocesador, conscientes de que representaban el "lado creativo" de la nueva tecnología. Dieron otro significado a la palabra *software*, ya en uso: lo opuesto de *hardware*, el conjunto de componentes físicos de un sistema de comunicaciones. Sabían que el papel del *software* era vital. Ningún ordenador podía funcionar sin algún tipo de programación. Como diría Hundt (Briggs, 2004: 289), sin programas, los ordenadores se quedarían "como criaturas inertes, esperando que el Creador les diese vida".

Las estadísticas eran sorprendentes. En 1985, en Estados Unidos, había más tiendas de videocasete que cines. Entre 1980 y 1995, el número de VCRs en Estados Unidos creció de 1,8 millón para 86 millones, la más impresionante de todas las estadísticas de medios de comunicación. Un setenta por ciento de

las residencias norteamericanas poseían un aparato de VCR en 1990. Fuera de Estados Unidos, la demanda británica había crecido aun más rápidamente que la norteamericana; y fuera de Europa, 85% de las casas de Arabia Saudita tenían VCR en 1985.

Es interesante relatar algunas historias como la de Hollywood, que al principio era resistente al grabador de video, como había sido con la televisión, y que al final se lucró enormemente con las ventas de videocintas. Y también la industria musical en audio y video, cuando la música pasó a ser oída y grabada. El disco *long-play* se volvió tan obsoleto cuanto la máquina de escribir. La cámara de vídeo pasó a formar parte del equipo de la familia. El mayor éxito de la llamada "reviravuelta del videocasete" fue una cámara de la Sony de 1984, la pequeña *camcorder*, "versión en TV de la Polaroid". Y el día de la cámara digital aún estaba por llegar.

Nos cuenta Briggs (2004: 307) que el primer sistema de teléfono móvil fue licenciado en Estados Unidos en 1983, y, a pesar de la débil recepción, había un millón de teléfonos móviles en uso en el país en 1989. (...) Así, en 1996, había más de seis millones de móviles en Inglaterra y, cuatro años más tarde, entre abril y junio de 2000, fueron vendidos más de tres millones y medios de aparatos, "una a cada dos segundos". Ese fenómeno de distribución inspiró el titular de The Times: "Mitad del país está locamente *móvil*".

Las finanzas robaron muchos de los titulares, pero algunos de ellos (y también algunas transmisiones) mencionaron los posibles efectos colaterales de la nueva tecnología. ¿Habría un riesgo para la salud en las ondas de radio próximas al oído? ¿Debían niños utilizar móviles? ¿Podrían las compañías erigir torres transmisoras sin permiso? ¿Deberían los usuarios ser controlados en los ferrocarriles, como eran en los aviones? En todos los países, los no usuarios se lamentaban. Las columnas de correspondencia de los periódicos, junto con las contribuciones de oyentes y telespectadores respectivamente de la radio y de la televisión, casi siempre contestando a las perpetuas preguntas de los locutores sobre "¿qué te parece?" O "¿cómo se siente?", sirvieron como un local para reclamaciones.

Bien lo ha dicho Downing (2002: 75) cuando afirmó que términos como medios de comunicación comunitaria o medios de comunicación popular "pueden fácilmente ocultar más que revelar. Son más firmes en aquello que excluyen – el medio de comunicación convencional – que en aquello que significan". Eso porque muchas veces los medios comunitarios están más preocupados en decir contra qué están, que en proponer algo para cambiar y mejorar la realidad de su comunidad. Sin embargo, descartar la democracia que se tiene en vez de luchar para mejorarla no es, seguramente, una opción. Así, nuestra cuestión central para el resto de la discusión en esta tesis y aquí queda una sugerencia para las próximas tesis es: ¿qué papeles desempeñan los medios de comunicación comunitarios en los procesos democráticos? Específicamente, ¿de qué manera ellos fortalecen la cultura democrática en la vida cotidiana?

En primer lugar, Downing nos alerta que los medios de comunicación comunitarios expanden el ámbito de las informaciones, de la reflexión y del cambio desde los límites hegemónicos, generalmente estrechos, del discurso de los medios de comunicación convencionales. En segundo lugar, ellos frecuentemente intentan ser más sensibles a las voces y aspiraciones de los excluídos que los medios de comunicación convencionales. Muchas veces, tienen estrecha relación con algún movimiento social en marcha y, por lo tanto, expresan con mucha espontaneidad los puntos de vista y opiniones que no encuentran espacio o son ridiculizados en los medios de comunicación oficiales. Con mucha frecuencia también, son ellos quienes toman la delantera en la discusión de cuestiones que sólo más tarde recibirán atención de los medios de comunicación oficiales.

> "Diría, por lo tanto, que la influencia brota, de manera natural e irresistible, de la energía simbiótica y molecular de su propia conexión con otras fuerzas y procesos sociales. No estamos separando elementos físicos, el nitrógeno del oxígeno y éste del hidrógeno, sino estudiando los medios de comunicación como ellos son, o sea, de todas las instituciones sociales, la que quizá presente la textura más universal – mezclando, a lo largo de la historia, del grafito a la Internet. Su poder deriva justamente de la combinación, de la intercalación, que se da no necesariamente, ni de manera general, en una dependencia parasitaria, pero en una mutualidad dialéctica. Así como el leudo y otras enzimas, los medios

de comunicación no pueden funcionar sin coenzimas (minerales, vitaminas, proteínas) y sin los aminoácidos que actúan como sus conductores por el cuerpo" (Downing, 2002: 146).

Concluiría, por lo tanto, que el estudio de los medios de comunicación comunitarios y de sus impactos, sea mediante la serie de conceptos definidos y discutidos en esta tesis, sea por la investigación realizada, tiene el efecto de realzar esa realidad combinatoria. La cultura popular, las audiencias, los movimientos sociales, la democracia, el poder de desarrollo, la hegemonía, la resistencia, la obra de arte, la esfera pública y los medios de comunicación alternativos o comunitarios, constituyen perspectivas ora complementarias, ora conflictivas; en otro nivel, como cada de uno de ellos capta una parte de la realidad social, son matrices unos de las otros.

6.1. La radio y la sociedad local

Sabemos que la comunicación es uno de los elementos formadores de la sociedad, ya que influye en la construcción de la personalidad del individuo, en sus acciones, su comportamiento y, consecuentemente, en las actitudes colectivas. Crea, además del carácter singular, un carácter social colectivo, como afirmó Bordenave (1986: 27): "La sociedad existe en la comunicación y por medio de la comunicación, porque es a través del uso de símbolos significativos que nos apropiamos de las actitudes de los otros, así como ellos, a su turno, se apropian de nuestras actitudes. Esto quiere decir que la personalidad es un producto social, generado gracias a la interacción con las demás personas. En otras palabras, la comunicación tiene la función de crear identidad".

Es incuestionable, dice Ruas (2004: 141), la influencia ejercida por los medios de comunicación en el cotidiano de la sociedad. "Los medios de comunicación poseen la capacidad de alcanzar al público, persuadirlo y hasta atribuir simpatía o repulsa a hechos o a individuos, de acuerdo con su conveniencia". Aunque teniendo conciencia de eso, la sociedad, de modo

general, no sobrevive sin disponer de sus servicios. Es sabido que la radio, por todas las razones ya presentadas en este trabajo, cumple papel fundamental en el cotidiano de la comunidad.

Según Bordenave (1986: 91): “los medios de comunicación van a volverse, entonces, instrumentos para la identificación de asuntos que necesitan atención en nuestra sociedad, articulando genuinas preocupaciones del pueblo, particularmente de los subprivilegiados en la sociedad, sumando tales necesidades de decisión y realimentando con esta demanda los niveles de acción directiva”.

Para Ruas (2004: 142), esa instrumentalización de medios para la identificación que la sociedad quiere y necesita, puede ser identificada por el surgimiento de la comunicación comunitaria, siendo una forma encontrada de aproximar la emisión de la recepción, en los dos sentidos. El primero de la forma física, aproximando los dos, vehículo y público, seguido de la apropiación del contenido, que pasa a ser de interés local.

Lo local viene tomando una gran importancia en el contexto global. Encontrando fuerza en el fenómeno histórico vivido, la globalización, que nos lleva también a la globalización de las comunicaciones, ha buscado formas creativas de revelar lo local, a través de la segmentación, citando como ejemplo, en el contexto de la radiodifusión, a Rosa (1998: 12): “la radio pasa por la segmentación, pues cada emisora posee un determinada lenguaje, perfil de público y estilo de programación. Cada vez veremos menos radios alcanzando grandes masas y cada vez más radios actuando por nichos de mercado”. La experiencia de la radiodifusión comunitaria evidencia una creciente demanda por los medios de comunicación locales y por programas locales en los grandes medios masivos. Son canales que posibilitan la expresión de las diferencias y al mismo tiempo de las identidades culturales de las poblaciones locales.

Los altos índices de audiencia obtenidos por las radios comunitarias se deben al hecho, según Ruas (2002: 14), de que ellas desarrollan una programación sintonizada con los intereses locales. Son capaces de innovar en

sus programaciones atrayendo apoyo cultural por la fuerte segmentación del mercado.

La fuerza de la radio local es el instrumento que le da la sensación de ser verdaderamente local. Estaciones de radios locales que quieren alcanzar gran audiencia necesitan transmitir aquello que la comunidad gusta y lo que quiere oír. Esas personas que participan del proyecto y de la programación comunitaria necesitan entender que deben ser más que fomentadoras de la comunicación: deben disponer de personas para el real ejercicio de la profesión de movilizador social.

Como dice Tavares (1998: 21) "Noticias obtenidas en la esquina de mi barrio, son tanto o más importantes que las recibidas de otras partes del estado, del país o del mundo".

En un mercado cada vez más disputado, las radios comunitarias pasan a formar parte del cotidiano de las personas, integrándose a la rutina de los moradores de las comunidades, y transformándose en una gran estrategia para el desarrollo local.

El movimiento de las radios comunitarias tiene un carácter público y como tal está construyendo un significado político y cultural importante. Es un fuerte indicativo de grandes cambios que acontecerán en medios de comunicación de masa en Brasil.

Para Peruzzo (1998b: 15), las radios comunitarias no pretenden competir con las emisoras convencionales.

> "Quieren realmente ofrecer a las comunidades contenidos de cuño cultural y educativo que las otras no se han interesado en privilegiar. En su dinámica, vienen sirviendo de espacio para el aprendizaje de la ciudadanía, al proporcionar mecanismos para la participación de la población en las varias etapas del proceso de comunicación, tales como en la gestión de los vehículos y en la planificación y producción de programas".

Eso es lo que esperaba la autora, pero como comprobamos en esta investigación, lamentablemente no es lo que está aconteciendo en Brasil. En el contexto de la radiodifusión comunitaria existen muchos límites y problemas.

En períodos pre-electorales, por ejemplo, es común la tentativa de manipulación de los canales en función de intereses de algunos candidatos a cargos electivos en el Poder Legislativo o Ejecutivo. Después de todo, es un buen medio para el candidato de hablar directamente a sus electores. Sin embargo, cuanto más organizada la comunidad, más logrará asegurar su autonomía. Por otro lado, y aquí estamos de acuerdo con Peruzzo,

> "mucho se tiene a crecer en calidad participativa en la programación y en la gestión de vehículos de radiodifusión comunitaria. En particular porque somos un pueblo sin tradiciones participativas y culturalmente impregnado de vieses de conformismo e inclinación a transferir a los gobernantes la responsabilidad por la solución de los problemas sociales. Sin embargo, en las dos últimas décadas la praxis de los movimientos populares empezó a alterar ese cuadro al posibilitar la elaboración cultural de nuevos valores, muchos de los cuales podemos ver incorporados en experiencias de comunicación comunitaria (1998b: 16)".

No es apenas el poder político quien interfiere en la definición del contenido de medios de comunicación de masa. En el sistema comercial de explotación de la radiodifusión, la influencia causada por la economía es mucho más determinante: son las inversiones publicitarias las que sostienen la radio y la televisión. Pero los vehículos impresos también están sujetos al sistema económico. "La publicidad se volvió prácticamente la única fuente de ingresos de la prensa, lo que pone en riesgo su independencia financiera y moral. La droga de la publicidad torna a la prensa dependiente de ella. (...) Para muchos periódicos, y sobre todo para las revistas periódicas, la publicidad sobrepasa 80% de los ingresos totales, tornando así muy débil su existencia" (Ortriwano, 1985: 63).

6.2. El subdesarrollo y la radio

En un país con elevado grado de analfabetismo como Brasil, las radios comunitarias tendrían un importante papel, no determinando sino influyendo la formación del sentido crítico, estimulando la reflexión. Las emisoras, desde el punto de vista ético y legal, no podrían promocionar candidato alguno.

Deberían ofrecer medios para que los oyentes, pudiendo escoger sus propios candidatos de forma más consciente, votasen en aquellos que presentasen las mejores respuestas a sus anhelos. Esas colocaciones conformistas o irreales son posturas políticas que llevan a un licenciamiento del oyente-elector, alejándolo del efectivo ejercicio de la ciudadanía.

Para Nunes (2003: 4) el no cumplimento del papel de determinadas emisoras que se dicen comunitarias sin serlo, volviéndose, por lo tanto, portavoces de intereses políticos y comerciales, “se debe también a la desorganización y desconocimiento por parte de los productores y locutores, de la fuerza, importancia y papel movilizador de las radios comunitarias, en la lucha de la comunidad por la conquista de sus derechos”.

Si añadimos al panorama hasta aquí presentado el analfabetismo, que en Brasil aún llega a los 25% oficialmente anunciados, se vuelve claro el hecho de que “el mensaje radiofónico alcanza fuerza especial, ya que llega a una gran población marginada económica y culturalmente. Cuando pensamos que 80% de la población no lee cualquier tipo de periódico, entendemos fácilmente la amenaza que la radio representa como agente de transformación social” (Ortriwano, 1985: 88).

Cuando la información es tratada como mercancía, está sujeta a las interferencias de las fuerzas políticas y económicas, que se ejercen a su vuelta.

En Brasil, los medios de comunicación social se insertan en una sociedad subdesarrollada, con alto índice de analfabetismo y fuerzas económicas conservadoras. La comunicación social brasileña está asentada sobre un modelo de difusión sin información, sin retorno de ideas y excluyente, esto es, un modelo que omite hechos y que es altamente centralizado. No hay como disociar la idea de simulacro de democracia de la de comunicación libre. La transformación es conjunta y simultánea. Aunque no creamos en una democracia estable y pura, podemos apuntar la viabilidad de la convivencia interactiva entre las diferencias y los opuestos, pues es en esa dinámica de conflictos que el proceso histórico pasa. Para eso, es necesario revelar el

poder, la potencia de cada individuo o grupo, en la búsqueda de la ciudadanía, y ponerlo en la perspectiva revolucionaria de la generación de micro-poderes.

Dice Nunes (1995: 101) que las radios libres están repitiendo la generación de reflexiones y de indicación de algunos cambios, sea ya realizados en la práctica, sea ejemplificados por el éxito del propio movimiento, o vislumbrados como necesarios para la comunicación en el país.

> "De forma consciente o no, las radios libres representan una apropiación de derechos fundamentales para el ejercicio de la ciudadanía. La radio es utilizada en ese contexto como un instrumento de comunicación pública, auxiliando en la resolución de problemas inmediatos de supervivencia social y cultural, y otorgando parcelas de poder a las comunidades. Superados los debates morales sobre la inserción o no de anuncios, las radios libres pueden servir inclusive como instrumento de democratización de la economía publicitaria, generando una localizada circulación de mercancías y el fomento de pequeñas empresas de barrio. Mueven un mercado publicitario propio, local, que no tiene poder económico para ser inserto en los grandes vehículos".

Esas radios pueden servir como instrumento de descentralización y democratización de la producción cultural, oxigenando la divulgación, al dar voz al *underground* y al excluido de los medios de comunicación oficiales.

Las radios locales y de baja potencia re-introducen en la radio una nueva lógica con características de integración y de identidad en el ámbito comunitario y democratizan la práctica de la comunicación social. Eso es posible en la medida en la que esas emisoras descentralizan el flujo de informaciones y se organizan como proyectos pequeños de comunicación en contrapartida a la estructura establecida, que privilegia la cultura de lo gigante, de las redes y de lo nacional.

Según Delane: "El deber máximo de la prensa es lograr la primera y más correcta información sobre los eventos de la época e instantáneamente revelarlos, transformándolos en propiedad común de la nación" (Briggs, 2002: 210).

Para Nunes (1995: 103), "las radios libres son la representación de individuos y comunidades. Ellas surgen movidas por la sociedad

desorganizada, en las áreas de mayores carencias de la población, sin comida, sin morada, sin bibliotecas, sin cines y sin ciudadanía. Son la voz de millones de marginados del sistema económico, político y cultural dominante, que están diciendo que quieren participar”.

Así, en el contexto brasileño, teniendo como fondo una Constitución federal liberal, las fuerzas en actividad en el campo actual de la comunicación pública, revelan un juego de imprevisible desdoblamiento. Las radios libres disponen de una adhesión social incalculable, contando con el apoyo de la población en general y de expresivos segmentos en particular, como significativas corrientes jurídicas, sobre todo en São Paulo. Cuentan, aun, con el dinamismo de las innovaciones tecnológicas para la radiodifusión.

La era de la información se caracteriza por dar poder a los que tienen los medios de comunicación, ya que así pueden cuestionar hábitos y costumbres e incluso generar otros. Por esta razón, se vuelve preocupante pensar que Brasil es uno de los países del mundo que presenta mayor concentración privada en el área de las comunicaciones: como ya vimos, cerca de ocho familias controlan la comunicación del país, influyendo la conducción de la vida política y cultural del país.

Si el fortalecimiento y la libertad son las metas principales del desarrollo social, el objetivo principal de cualquier estrategia mundial progresiva deberá incluir la apropiación de medios de información y de comunicación.

La radio es un medio particularmente adecuado para tal, en la medida en que utiliza una tecnología de bajos costos de producción y distribución. Como es un medio auditivo, no excluye a los que no saben leer ni escribir, siendo transmitida frecuentemente en los idiomas locales. Por estas razones, la radio ha penetrado en el mundo, aun en las áreas más remotas, y continúa siendo el vehículo de mayor audiencia en Brasil.

La radio comunitaria amplía el acceso a la información, prestando servicios de utilidad pública, llevando cultura y ocio para las comunidades y defendiendo derechos humanos y justicia social contra las usurpaciones y malabarismos del capital. De hecho, los nuevos movimientos sociales globales

han representado una inclinación contra el fortalecimiento del capital sobre la información y contra el poder de las multinacionales de comunidades globales.

Debería aplicarse a los servicios de radiodifusión el principio de la neutralidad que, en el decir de Dinorá Adelaide Musetti Grotti (2002: 55):

> "Normalmente ha sido considerado por la doctrina como un corolario del principio de la igualdad e incluso del principio de la continuidad. Tiene por fines esenciales el respeto a la libertad de conciencia y el buen trámite del servicio y debe ser observado por todas las personas que colaboran en un servicio público. En verdad, el principio de la neutralidad posee dos vertientes: de un lado, la prestación de los servicios no puede ser condicionada a la declaración de una determinada concepción filosófica, ideológica o religiosa – y, en ese sentido, sométese al principio de la igualdad; de otro, en esa actividad de prestación se debe respetar la pluralidad política, cultural y de creencias de la Nación, tutelada por la Constitución y, en ese aspecto, mantiene una cierta autonomía con relación al referido principio. Tiene por finalidad impedir que puedan utilizarse los servicios públicos como instrumentos de inducción de ideas, de propagación de intereses, de comunicación de ideologías políticas o de un sistema de creencias dirigidas en perjuicio de la amplia libertad de expresión, discusión y respuesta por la Sociedad. Por lo tanto, el deber de neutralidad va más allá del respeto al principio de la igualdad, imponiendo a los agentes de la Administración limitaciones a su libertad de expresión. Ésta es limitada por el deber de reserva, componente del deber de neutralidad".

De esa forma, en la explotación de los servicios de radiodifusión, la programación vehiculada debe respetar la pluralidad de opiniones, abriendo espacio en la programación para diversas corrientes.

Dice Ortriwano (1985: 70) que a los ojos de la ley, los medios electrónicos de comunicación de masa y los impresos son profundamente diferentes, aunque tanto unos como otros divulguen la información.

Los vehículos impresos se sitúan en el campo de la libre iniciativa, resultantes de "un acto de voluntad personal, de decisión unilateral, de libre arbitrio. Independientemente, pues, de otras voluntades. Ser independiente de otras voluntades no significa, por supuesto, que no deba obediencia al sistema legal vigente" (Araújo, 1985: 70). Ya los vehículos electrónicos están sujetos a presiones legales más acentuadas, una vez que la empresa de radiodifusión es

“concedida, autorizada o permitida. Nadie puede explotar tal iniciativa sin la previa autorización del Estado. Basta comparar esta afirmación con la Constitución en vigor. Entre la libre iniciativa y la empresa concedida, hay un mundo. Son muy numerosas las leyes, y mucho más específicos y casuísticos, incluso más drásticos, los reglamentos que dan los límites del campo de las comunicaciones audiovisuales” (Araújo, 1985: 70).

El mayor control existente sobre los vehículos electrónicos es un hecho de escala mundial. “La telecomunicación vive en regímenes legales que en mayor o menor medida siempre la colocan en situación menos cómoda que la de la prensa” (Costella, 1970: 123). Por las características inherentes a la radio y a la televisión, la influencia que ellos producen en el medio social es mucho más profunda que la causada por los diarios y revistas.

La legislación que rige los medios de comunicación de masa, nos cuenta Ortriwano (1985: 72), es compuesta por leyes de diferentes orígenes que, en su conjunto, definen la política de comunicación del Estado y el Derecho de Comunicación. “En el ordenamiento jurídico brasileño la ley es la principal forma de expresión del Derecho”, según Antonio Costella (1970: 123).

Conforme lo ya mostrado en esta investigación, es innegable la influencia que la radio y la televisión desempeñan sobre la comunidad, influyendo directamente la vida y el comportamiento de personas de todas las edades y clases sociales.

Entonces, nos dice Sardinha (2004: 197), independientemente de la forma como son explotadas las ondas de difusión de sonidos e imágenes, si por el propio Estado o por particulares, no se puede prescindir de cierto control estatal.

> “También en la legislación extranjera se verifica la existencia de formas de control del sector de radiodifusión que siempre merecen por parte de los gobiernos un control mayor o menor, dependiendo del tipo de régimen político, más abierto o más cerrado, de cada país. El hecho es que tipos variados de gobierno, orientándose por diferentes criterios, crean dispositivos legales para explotación de la radiodifusión, sujeta a las presiones legales más acentuadas que los vehículos impresos”.

Del análisis de diferentes tipos de control sobre los servicios de radiodifusión, se desprende que los sistemas de explotación y control se desarrollaron de diferentes formas, de acuerdo con circunstancias históricas, factores lingüísticos y objetivos que les destinaron los grupos de poder; por eso buscan justificar las políticas de comunicación adoptadas.

Gisela Swetlana Ortriwano (1985: 52) divide en dos grupos básicos el sistema de explotación de radiodifusión:

> 1. Sistema de monopolio o autoritario: el monopolio es del Estado, que explota la radiodifusión directamente, con la creación de una empresa pública para ese fin. El caso más común es el de los países socialistas.
>
> 2. Sistema pluralista: sistema de radiodifusión en el que conviven entre sí emisoras estatales y privadas, estas explotadas comercialmente. Es dentro de ese contexto que se encuadran emisoras como las de Estados Unidos y de Brasil. Pero en esos dos países, la fuerza de las emisoras oficiales, es, sin embargo, inexpresiva delante de las emisoras comerciales. En Inglaterra y en Canadá también funciona el sistema pluralista, pero con predominio de las emisoras oficiales sobre las comerciales.

La autora aclara que el sistema pluralista de radiodifusión permite subdivisión en cuanto a la forma de actuación de los vehículos: Teoría de la Responsabilidad Social, que da prioridad a la información, al entretenimiento y sirve para impulsar las ventas por intermedio de la vehiculación de publicidad (caso de Brasil, donde el Estado busca establecer principios que garanticen el uso social de los medios de comunicación); y teoría Liberal, según la cual la finalidad también es informar, entretener, impulsar las ventas, pero, especialmente, descubrir la verdad, estando el contenido de la radiodifusión sujeto a mecanismos de control dirigidos por representantes oriundos de los diferentes segmentos sociales y culturales.

Para André Almeida (2001: 4), los Estados Unidos poseen un modelo bien próximo del modelo brasileño. Ambos se basan en el *trusteeship model* . El espectro electromagnético es un bien natural, público y limitado, y los radiodifusores operan como fiduciarios del público, bajo control estatal que acarrea el proceso de otorgamiento de licencias. Advierte el autor, sin

embargo, sobre la diferencia entre los dos países en lo que se refiere al contenido del Derecho Administrativo. Mientras Brasil sigue la tradición europea, los Estados Unidos poseen un sistema basado en la *common law*, de inspiración británica, y no existe la figura del contrato administrativo tal como aquí es entendido. En ese sentido, en Estados Unidos no se habla de *concesión* de servicio público, aunque alguna actividades dependan no apenas de licencia del Poder Público, sino también de reglamentación y fiscalización administrativa.

Finalmente, coincidimos con Maria Sylvia Zaella Di Pietro (Sardinha, 2004: 203), cuando dice que

> "(...) lo que cambia es principalmente la ideología; es la forma de concebir el Estado y la Administración Pública. Ya no se quiere el Estado prestador de servicios; se quiere el Estado que estimula, que ayuda, que subvenciona la iniciativa privada; se quiere la democratización de la Administración por la participación de los ciudadanos en los órganos de deliberación y de consulta y por la colaboración entre las áreas pública y privada en la realización de las actividades administrativas del Estado; se quiere la disminución del tamaño del Estado para que la actuación del particular gane espacio; se quiere la flexibilización de los rígidos modos de actuación de la Administración Pública, para permitir mayor eficiencia; se quiere la parcería entre lo público y lo privado para evitar actos unilaterales de la Administración Pública y una Administración Pública autoritaria, verticalizada, jerarquizada".

La legislación que reglamenta la actividad de los, y en los, medios de comunicación de masa es extensa y compleja, permanentemente ampliada por nuevos dispositivos legales, que rectifican – o ratifican – las leyes vigentes para la difusión de la información, constituyéndose, por lo tanto, en materia para especialistas.

Aquí destacamos apenas algunos de los aspectos de la cuestión, en lo que se refiere a la actividad de las empresas de comunicación, especialmente las de radiodifusión, recordando un hecho innegable: "La historia del control de la información siempre fue y siempre será el barómetro de la vida política nacional" (Costella, 1970: 149).

6.3. Presente y futuro de la radio

Notamos en nuestra investigación que la radio hoy, para sobrevivir, necesita diversificar sus productos. Tener una marca, un nombre, expresión o forma gráfica que individualice e identifique su producto. Las emisoras ya no se limitan a la distribución de brindis y premios donados por los patrocinadores. Hoy buscan distribuir objetos que tengan su logomarca.

Para Del Bianco (1999: 199), las promociones son buenos indicadores de audiencia y una buena prueba para medir la fidelidad del oyente. Sirven también para llegar al cliente, mostrando que se puede hacer algo personalizado y que dé retorno inmediato. Empresarios del ramo creen que el porvenir de la radio será realizar promociones ligadas a la marca de los anunciantes.

Ortriwano (1985: 69) nos informa que la radio es el medio de menor costo de producción con relación al público alcanzado por el mensaje. Los factores que influyen en los costos de la radio son, básicamente: salarios, equipos, ampliación de las residencias con aparatos receptores y la oferta y búsqueda del tiempo comercial. Los mensajes publicitarios en la radio acaban siendo los de menor costo para el anunciante con relación a la cantidad de público que fue alcanzado. Además, acrecienta la autora, la radio puede dedicar más atención al noticiero local, pues las emisoras son más regionales que las de televisión.

Cuando se introducen nuevos medios, los más antiguos no son abandonados: coexisten y generalmente hay una interacción. Con el surgimiento de las publicaciones, los manuscritos continuaron siendo importantes así como los libros y la radio en la edad de la televisión. Los medios de comunicación deben ser vistos como un sistema en continua transformación, en el cual elementos diversos desempeñan papeles de mayor o menos destaque.

Nos informa Briggs (2004: 181) que el eminente filósofo y matemático Bertrand Russel había avisado a sus lectores que, aunque hubiesen construido un aparato "capaz de transmitir imágenes más o menos reconocibles de naturalezas-muertas, como un dibujo, una página escrita o una cara estáticamente iluminada", no "existe, ni probablemente existirá en el porvenir próximo, por lo menos que se pueda prever, aparato alguno capaz de transmitir una imagen de la vida real con movimiento, como una carrera de barcos o de caballos ... De hecho, el público debería ser advertido para no tener en cuenta las fabulosas previsiones sobre el asunto que aparecen en la prensa especializada".

El automóvil no era la respuesta para las personas que, en el siglo XX, no pudieron comprarlos, aun cuando ellos dejaron de ser un lujo, pues las bicicletas continuaron coexistiendo con ellos (como coexistieron los medios de comunicación antiguos y nuevos) y permanecieron como la forma dominante de transporte en el fin del siglo XX en China.

> "Mientras tanto Japón se volvió un gran fabricante de bicicletas – algunas de ellas hasta se tornaron productos de lujo desde la década de 1960 – y de autos. Se pueden destacar un ángulo psicológico y otro económico en el desarrollo del transporte como medio, así como aconteció en materia de propaganda y reembolso postal. La bicicleta podía ser considerada como Marshall McLuhan consideraría los medios de la radio y de la televisión, en la década de 1960: una "extensión" del hombre. El hombre de bicicleta no era solamente un hombre y una máquina. Era un hombre "más rápido"" (Briggs, 2004: 189).

Siempre que surge un nuevo medio de comunicación ocurren cambios significativos dentro de la sociedad, pues ellos influyen directamente en las formas de relación entre los hombres, los países y los gobiernos. Se lanzan, entonces, estudiosos y encuestadores a la tarea de prever la dimensión y la profundidad de esos cambios, incluyéndose ahí previsiones sobre la repercusión que traerá el nuevo medio de comunicación sobre el porvenir de las personas y sobre los otros vehículos de comunicación ya existentes. Un verdadero ejercicio de futurología. En tiempos de Internet, la situación no podría ser diferente. Y los cuestionamientos no podrían dejar de alcanzar a la radio.

Aunque la digitalización de todas las formas de contenido tornase posibles muchas cosas nuevas, ella no acababa con los antiguos problemas de contenido. ¿Mayor número de canales realmente significa mayor número de opciones? ¿No estaban mostrando cada vez más la misma cosa? Esta pregunta nos la hacemos hasta los días actuales.

> "Información, servicio y humor. Esta tríada que sirvió de base para la actuación de la radio en los últimos años está siendo considerada como una de las posibles fórmulas para el porvenir. "La radio va a ser dinámica, liberada con la conquista de la libre expresión, y los jóvenes sabrán exactamente qué hacer". La opinión es de la locutora Julia Soares, de la Radio Comunitaria Jacarepaguá. El asistente comercial João Carlos Marcondes[212] observa, que "los cambios deberán ser profundos, con una nueva actitud de los comunicadores. Las características de los antiguos comunicadores ya están sobrepasadas; el nuevo comunicador debe ser muy próximo a un ancla (presentador principal), con conocimiento de los hechos, pasando credibilidad, generando retorno de audiencia" (Maranini, 2001: 66).

El Director de la Radio Globo, Paulo Novis, tiene como expectativa para los próximos años un formato modernizado y actualizado de los comunicadores, ya que el formato clásico es tan antiguo que está siendo utilizado hace 40 años. "Estamos estudiando fuertemente la modernización y actualización de ese formato. Probablemente continuará con esa misma idea de *talk* radio, una radio hablada, una radio compañera, una radio de entretenimiento, sin embargo, los contenidos de esos programas ciertamente serán modificados" (Maranini, 2001: 67).

João Carlos Marcondes informa que las encuestas que constantemente están siendo hechas junto al IBOPE tienen como principal objetivo descubrir las características y hacer una programación volcada al oyente. Afirma que la radio AM no conquista el oyente por las músicas. "Para tener una idea, entre cinco de la mañana y tres de la tarde, toca apenas tres música. En verdad, el oyente quiere 38% de noticiero y reportajes, 28% de fútbol, 9% de utilidad pública, 8% de servicio, 10% de comunicadores y 7% para lo demás".

---

[212] João Carlos Marcondes trabaja en la Radio Tupi hace 36 años y actualmente es Asesor Comercial de la Directoría de la Empresa. Esto consta en sus declaraciones para la pesquisa de Maranini.

Para Nicolau Maranini (2001: 67), la AM camina para una radio hablada y de noticias, la FM camina para una radio de charlas, como ya es en Estados Unidos, en que buena parte de las FMs ya dedican parte de la hora de la noche para hacer *Talk-radio*, que es una programación que tiene un ancla que provoca al oyente, que dice cosas provocativas y después pide para telefonear para la radio. “En esa *talk-radio,* cada radio muda apenas el estilo: unas abordan la cuestión sexual, otras la política, algunas se dedican al bajo nivel y otras lo levantan. Pero siempre en el mismo estilo: con el presentador en el estudio y los debates fluyendo. Eso porque es la compañía de los solitarios”. La radio AM camina, aun cuando sea transformada en AM estéreo, para ser la radio de utilidad pública durante el día, y noticiero nacional durante la noche. Y la FM será la radio de música o de *talk-radio*, de charla, desahogo, verdaderos carteles emocionales, porque la radio es la compañía de los solitarios.

En opinión del mismo autor, las emisoras actuarán más junto a la comunidad. “Con el tránsito cada vez más caótico en las grandes ciudades, la radio espera dinamizar intensamente su actuación comercial con el mayor volumen de audiencia fuera de casa”. La información es de Ângelo Franzão (Maranini, 2001: 71), vicepresidente de medios de comunicación de la McCann-Erickson. Él cree que la radio perdió dinero de anuncios a favor de los otros vehículos, en consecuencia de los problemas habidos en el pasado, cuando algunas emisoras dejaron de atender a las solicitaciones de los anunciantes y de cumplir algunas programaciones. “Eso acabó inhibiendo a algunos anunciantes. Al mismo tiempo, observo que la radio está más vuelta para la comunidad y existen momentos específicos en que es fundamental la programación”, dice Franzão. Él cree que las emisoras podrían ser aun más vinculadas a la comunidad, proponiendo campañas sobre el tránsito, por ejemplo, y asumiendo el papel movilizador de segmentos de público, como ya hacen la Radio Eldorado y la Joven Pan. “La radio tiene la capacidad de albergar proyectos grandiosos, dando mayor sentido al concepto de comunidad. Esa también sería una fórmula para ampliar los valores con que el medio trabaja" sugiere.

Luciano Klockner (2001: 151) es optimista al afirmar que la radio, además de barata y fácil de transportar, es el medio de comunicación de masa más presente en el cotidiano de los brasileños, y se puede decir que es el más democrático. Según él, quienquiera y dondequiera puede sintonizar gratuitamente alguna emisora de radio; y el aparato de recepción es de montaje bastante simple. La radio moviliza apenas un sentido humano, la audición, siendo accesible a los minusválidos visuales.

> "Tampoco exige alfabetización, y su lenguaje es coloquial y sencillo. Con capacidad para transmitir de forma instantánea y ágil, la radio es líder de audiencia durante el día, según informe de la Asociación Gaucha de Emisoras de Radio y Televisión (pesquisa realizada en 1997)" (Klockner, 2001: 151)".

Los profesionales que trabajan y se dedican a las emisoras de radio en Brasil y en el exterior saben que, en este mundo globalizado, los cambios surgen rápidamente y que las nuevas tecnologías van a agregar nuevos modelos de gestión para la administración de las emisoras de AM y FM. Todos perciben que existe una necesidad latente de mejorías en las programaciones de las radios AMs, pero nadie sabe con certeza para dónde deben caminar, o qué caminos las emisoras deberán tomar frente a los nuevos tiempos y desafíos impuestos por la competencia de las FMs y de otros vehículos de comunicación.

> "Los problemas apuntados, como la cuestión de los comunicadores, la programación, el envejecimiento de los oyentes de AM y las nuevas tecnologías, son algunos de los desafíos discutidos en este trabajo, que sin sombra de duda, están lejos de agotarse. Una afirmación puede hacerse sin miedo de errar: la radio continúa siendo el vehículo más privilegiado en términos de potencialidades, como consecuencia de sus características" (Maranini, 2001: 73).

6.4. Radio e Internet

Internet[213] representa una nueva era para los medios de comunicación alternativos. Siendo una infraestructura interconectada para múltiples formas de comunicación, promueve una convergencia de las tecnologías de los medios. Al proporcionar la transmisión fácil de textos simples bien como los medios de combinar y recombinar una serie de formatos de medios de comunicación y actores sociales, permite la distribución de conocimientos y recursos a casi todos los lugares del globo, de una manera hasta entonces inédita.

> "Internet puede venir a ser nuestra primera esfera pública global; un medio por el cual la política puede volverse realmente participativa, tanto en ámbito regional cuanto internacional. Y es el primer vehículo que ofrece, a los individuos y colectivos independientes de todo el mundo, la oportunidad de comunicarse, con sus propias voces, con una audiencia internacional de millones de personas. Por lo tanto, las posibilidades técnicas de Internet como esfera pública son ilimitadas" (Downing, 2002: 270).

Vale decir que esas redes de ordenadores vinieron a incrementar, no substituir, otras formas esenciales de organización, desde contactos personales a programas de radio, artículos de periódicos *underground*, obras de arte subversivos, música y televisión alternativa. Los ordenadores también proporcionaron mayor rapidez en la diseminación, en el intercambio y en el análisis de las informaciones, de un modo que nunca fue posible en los

[213] Downing (2002: 367) nos cuenta en su obra Midia Radical que en sus primeros años, Internet registró tasas de crecimiento asombrosas. En 1992, su expansión era del 20% al mes. En 1999, se enviaban diariamente tres mil millones de mensajes de e-mail. Mientras en junio de 1993 había solamente 130 *websites*, en enero de 1997 ellos sumaban cerca de 650 mil. De 1981 a junio de 1997, el número de *hosts* en el Internet (servidores o direcciones) creció de 213 para 19,5 millones aproximadamente. Y, en 1997, 19 de los 240 países del globo habían adherido a Internet. En esos cambios tan rápidos, es inevitable que algunos de los detalles específicos citados en este capítulo, aunque necesarios en diciembre de 1997, registren alteraciones. Briggs (2004: 315) nos informa que en enero de 2000, más del 20% de la población del Reino Unido tenía acceso a Internet. Noruega, sin embargo, tenía más del 40%, y Finlandia, casi 50%. En Japón, 12% de las familias estaban en Internet, una "comunidad electrónica" que – se decía – sobrepasaba, no por primera ni por última vez, las "restricciones de espacio y tiempo". En 1991, continua Briggs (2004: 310), el libro *Technology 2001: the Future of Computing and Communications*, escrito por figuras de destaque en computación y publicado por el MIT, no hacía referencia a Internet. Ni las palabras "World Wide Web" o "ciberespacio" figuraban en el índice.

movimientos populares. Sin embargo, acrecienta Downing (2002: 273), el Internet solo es útil si disponible, “y estímase que, en 1995, por lo menos 80% de la población mundial no tenían acceso ni siquiera a las telecomunicaciones más rudimentarias”. Por lo menos en retrospectiva, nos informa Briggs (2004: 311), lo que parece ser una secuencia lógica en la compleja historia del Internet, tal como aconteció en varias ramas de la historia de las comunicaciones, una nueva fase se abrió cuando el Net atrajo intereses comerciales y sus usos se ampliaron.

Para Sonia Virginia Moreira (2001: 23), aun con todas las facilidades de información disponibles en sistemas de comunicación globalizados como Internet o en las futuras transmisiones de audio digital, “el perfil de los oyentes tiende a continuar local, aunque con una inserción global. En 1999, las fábricas americanas de coches Ford y GM anunciaron que estaban invirtiendo en la creación de radios para automóviles capaces de captar más de cien canales de música con calidad digital, en tiempo integral, sin comerciales o noticias, por medio de una señal de satélite con cobertura para todas las regiones de Estados Unidos”.

Las previsiones más modestas del año 2000 imaginan que la radio va a alterarse tanto en función del Internet que difícilmente será llamada por el mismo nombre. Es la posición de Faus Belau, autor de un clásico sobre el medio, ahora entusiasta de la convergencia. En una Jornada Internacional de Comunicación realizada en la Universidad de Navarra, en España, él y un selecto grupo de especialistas sentenciaron que la radio será liquidada dentro del contexto multimedia (Meditsch, 2001: 225). A menos que se quiera continuar llamando de radio a un vehículo que combina sonido con imagen en movimiento, texto, gráfico, foto...

Para Meditsch (2001: 225), existe una serie de buenas razones para llevar en serio la enseñanza del radio periodismo - tal y cual es practicado en la antigua y buena radio - en estos tiempos de Internet. La primera de ellas, es que la enseñanza de la disciplina no capacita apenas para trabajar en el vehículo radio: quien domine el lenguaje radial se adapta mucho más fácilmente tanto a la expresión audiovisual cuanto al texto utilizado en el

Internet. Y los grandes sitios de noticias ya están copiando de las redacciones de radio periodismo su modo de producción - desde el servicio de radioescucha hasta la edición en flujo continuado - porque nadie como la radio tenía antes el *know-how* de trabajar con información periodística en tiempo real. La explicación es sencilla: la radio, como he insistido, contra la idea dominante en el sentido común, es un vehículo de la era electrónica, su era no está en el pasado, su era es la de todos los medios electrónicos; la radio sólo fue lo que surgió antes (Meditsch, 1999: 12). La tercera buena razón para el autor es que la radio no va a desaparecer ni va a ser engullida por el nuevo medio; va a continuar existiendo, conviviendo con Internet, y fortalecida por las posibilidades abiertas con las nuevas tecnologías. Pero para aceptar eso es preciso entender de qué radio y de qué Internet estamos hablando.

Para el autor, Internet y todos los demás avances en las telecomunicaciones no representan una amenaza, sino una extraordinaria herramienta para el desarrollo de la radio.

> "Permite la transmisión de sonido, en directo o grabado, a bajo costo, de cualquier parte para cualquier parte del mundo, siendo un instrumento de gran utilidad para la producción de radio periodismo (reportaje, investigación, etc.). Y, sobretodo, permite que cualquiera, con poca inversión e independientemente de autorización estatal, monte su propia emisora en la Web, por ahora restricta a ella y necesitando un ordenador en la otra punta (que puede ser el otro lado del mundo) para oírla, pero que promete mucho pronto si se libera de estas restricciones: el Internet inalámbrico está en pleno desarrollo y dentro de algún tiempo las *Web stations* podrán ser oídas en los autos o en receptores portátiles de bolsillo (como los celulares). El primer Internet, por lo tanto, es el medio de transmisión" (Meditsch, 2001: 227).

La apuesta de este optimista autor es que la radio así definida - un medio de comunicación que transmite información sonora, invisible, en tiempo real - va a continuar existiendo, en la era Internet y hasta después de ella, y va a ser perfeccionada por las nuevas tecnologías que ya existen y por las futuras, sin dejar de ser lo que es.

> "Y no hago esta apuesta apenas por ser un radio-apasionado, como casi todos los que trabajan con el medio, sino también por constatar que la utilidad de este tipo de servicio no está superada ni lo estará tan pronto en nuestra civilización.

Cada vez más, las personas van a necesitar ser informadas en tiempo real sobre lo que está aconteciendo, en el lugar en que se encuentren, sin paralizar sus demás actividades o monopolizar su atención para recibir esta información. O, actualizando lo que observó el publicitario Bob Schulberg (1989), si la radio hubiese sido inventada después de Internet (él dijo después de la TV), las personas habrían dicho: "*qué maravillosa es la radio: es como Internet, sólo que ni se necesita mirar*"" (Meditsch, 2001: 229).

Por todas estas razones, concluye el autor, la enseñanza de radio periodismo después del Internet, ha mejorado mucho. "Ahora se puede citar el ejemplo de cualquier emisora del mundo y decir a los alumnos que escuchen. Se puede también tener acceso a informaciones, programas grabados y bibliografía sobre radio que hace dos décadas sólo eran alcanzados con una aventura de Marco Polo". Y claro, se puede tener una emisora en Internet enteramente a disposición de los objetivos didácticos, sin contar el hecho de que un estudio digital de calidad cuesta un décimo de su equivalente analógico, con la ventaja de poder ser operado por los propios alumnos.

Lo importante es no resistir a las nuevas tecnologías, que es una opción suicida, sino sacar provecho de ellas.

"La Red ya dejó de ser un simple medio de comunicación para constituirse en uno de los pilares del hipersector industrial de la sociedad globalizada. Las tecnologías actuales facilitan las cosas, aunque no terminan con los problemas. Persisten las desigualdades económicas – no hay infraestructura en todos los países -, no todos los ciudadanos saben "navegar", no se garante que todos los ciudadanos estén mejor informados, no se asegura la calidad de los contenidos: en la Red entra lo bueno y lo malo - pero no podemos vivir al margen de la Red. Es el futuro, aunque el futuro no será apenas Internet. Es decir: los medios deben estar en la Red, porque a través de ella se difunden contenidos y se hace realidad la interactividad. Pero también deben atender otros ámbitos de su actividad para participar en el diversificado panorama que presenta el hipersector de la comunicación" (García, 2001: 202).

Y continúa:

"en el nuevo escenario de la comunicación, el del siglo XXI, no será posible concebir una cultura propia sin estrategia de comunicación para, de este modo, tentar asegurarse la supervivencia en una sociedad globalizada. El motivo es muy claro: la cultura que frecuentamos nos llega por canales que no existían

hace apenas una década. Del mismo modo, tenemos la certeza de que dentro de diez años el panorama habrá vuelto a mudar con rapidez en el marco de estos procesos de renovación. Quizá por eso sea hora de actualizar las políticas de comunicación de tal forma que contemplen esa doble y simultánea tendencia de la comunicación actual a lo global y a lo local. Hay que enfrentar los desafíos del futuro con inteligencia y con voluntad de aprovechar las nuevas herramientas. Sólo así avanzaremos en la construcción de un escenario mediático que tenga en cuenta la diversidad cultural y la pluralidad social. Sólo así entraremos en la nueva era desde la filosofia intercultural" (García, 2001: 206).

Cada uno de esos episodios de la historia ya fue relatado e interpretado de manera diversa por historiadores y descriptos por periodistas de la prensa hablada y escrita, también de modos distintos, "en su época". Entonces, y desde entonces, independientemente de la tecnología, que posibilitó traer las palabras para dentro de casa, parecía estar amenazada la veracidad como valor necesario por detrás del periodismo en la prensa escrita y en la televisión, y no por primera vez en la historia. Las líneas divisorias entre información, entretenimiento y educación estaban más empañadas que anteriormente. El "info-entretenimiento" era ofrecido regularmente, hubiese o no un evento histórico marcante, y en la pantalla del cine, de la televisión abierta o a cable, era difícil distinguir entre el hecho y la ficción.

Briggs (2004: 317) dijo que con el desarrollo de la comunicación por ordenador y satélite (un factor tecnológico), las noticias viajan mucho más rápidamente que antes, y la actuación de la CNN en la guerra del Golfo llamó la atención mundial. Cuando Saddan Husein invadió Kuwait en 1990, la CNN tenía menos de un millón de telespectadores. En la época en la que los aliados bombardeaban Bagdad toda noche, en 1991, tenía cerca de siete millones de espectadores.

Es por lo tanto un error escribir la historia de los medios de comunicación del período empezando en la década de 1970, solamente con base en la "convergencia", palabra tan usada actualmente. Lo que pasó en los medios de comunicación entre las crisis necesitaría de una evaluación de los cambios de relaciones entre información, educación y entretenimiento. El último era siempre la porción básica, aun en países con tradición de servicios de

transmisiones públicas. La educación, que permanecía como un tercer miembro de la trinidad de los medios de comunicación, estaba normalmente bajo examen minucioso. Parecía haber siempre oportunidades educacionales únicas en la convergencia digital, a pesar de los temores, en todas las sociedades y culturas, de los “desfases digitales”, internos o internacionales, entre aquellos que conocían la nueva tecnología y los que no la conocían.

Había también cuestiones sobre las directrices a ser tomadas, más allá de cuestiones legales, todas ellas girando alrededor de la pregunta: “¿Será que el Internet puede o debe ser controlado?” Si la respuesta es afirmativa, ¿de qué modo?

> “En Londres, Michael Gove, reseñando películas de Hollywood que habían sido hechas para el mercado mundial, tenía miedo de que “parar la globalización” fuese una “misión imposible”, título de una película entonces reciente, bien dirigida y bien interpretada, y que “la globalización quizá sea inevitable, pero no tenemos que gustar de ella”. “La globalización puede tornar más fácil para las personas encontrar culturas nuevas, pero ella torna el viaje menos valioso, pues las culturas se vuelven parecidas unas con las otras”. (...) “¿Qué vendrá a continuación?” era el título de la publicación de la edición de verano del *Media Studies Journal,* publicado en Nueva York en el mismo año en el que Giddens fue responsable por las *Reith Lectures*; la edición mostraba haber menos consenso en el fin del siglo y del milenio sobre el porvenir del periodismo, “nuevas noticias”, que había con relación a la “nueva” o “próxima” economía. Había concordancia solamente sobre la proposición de que el “porvenir del periodismo no será lo que solía ser”. Un título más interesante que “¿Qué vendrá a continuación?” había sido escogido 21 años antes por John Howkins, entonces editor del Intermedia: “¿qué pasará después del porvenir?”” (Briggs, 2004: 334).

Por increíble que parezca, concluye el autor, había menos especulaciones sobre el porvenir en el año 2000 que en las décadas de 1960 y 1970. El propio regalo ahora parecía mayor. El ritmo del cambio era demasiado rápido como para estimular la producción.

6.5. Globalización

En este inicio de siglo, se registra entre las innovaciones tecnológicas del período una especie de redescubrimiento de la radio, medio de comunicación de masa que desde su lanzamiento, hace más de 80 años, continúa atrayendo y manteniendo audiencias diversificadas en prácticamente todas las partes del mundo.

> "Después de la generalización de las transmisiones vía satélite entre emisoras generadoras de programación y sus afiliadas regionales (al final de los años 80) y de la disponibilidad de transmisiones radiofónicas en escala global por medio de Internet (iniciadas en mitad de la década de 90), se anuncia ahora un nuevo tipo de transistor, capaz de captar programas radiofónicos directamente de satélites" (Moreira, 2001: 205).

Al tratar del tema sociedad global, Octávio Ianni afirma que la globalización tiende a desenraizar las cosas, las gentes y las ideas. De acuerdo con el científico social,

> "sin perjuicio de sus orígenes, marcas de nacimientos, determinaciones primordiales (cosas, gentes e ideas) adquieren algo de despegado, genérico, indiferente. A despecho de las marcas originales, de la ilusión de origen, todo tiende a desplazarse allende las fronteras, idiomas nacionales, himnos, banderas, tradiciones, héroes, Santos, monumentos, ruinas. Poco a poco predomina el espacio global en tiempo principalmente presente" (1993: 92).

Interpreta Moreira (2001: 207) que para Ianni, es de esa forma que se desarrolla el "nuevo y sorprendente" proceso de desterritorialización, característica importante de la sociedad global en formación, en el cual las fronteras entre países y culturas son redimensionadas por organizaciones económicas, políticas y culturales que tejen el mundo en varios niveles y diferentes dibujos.

> "Cada medio de comunicación encontró formas de adaptarse a los nuevos tiempos y convivir con otros escenarios establecidos para la circulación de información y de entretenimiento. Pero los medios nunca dejaron de competir entre sí. Las novedades tecnológicas en el campo de las telecomunicaciones, por ejemplo, fueron rápidamente absorbidas por la triada prensa-radio-TV, cada cual articulando procesos distintos de diversificación pero todos atentos a los

> recursos de producción asimilados por los competidores para conquistar audiencia. (Diarios introducen la impresión simultánea en varias capitales con ediciones de cuadernos especiales para públicos regionales; entre las emisoras de radio se registra el crecimiento de las transmisiones en red regional o nacional vía satélite; mientras el servicio de imágenes vía satélite permite la inserción en el espacio de la programación de la TV, de material internacional con audio y video, desde cualquier lugar del mundo)" (Moreira, 2001: 211, 212).

Pero entre los medios de comunicación de masa tradicionales, la radio mantuvo una característica que siempre la distinguió de los demás: la portabilidad. La invención del transistor, en 1947, tornó la radio accesible, de fácil manoseo y precio reducido. El uso generalizado de la frecuencia modulada (FM), el sistema de transmisión AM en stereo, el *walkman* y el audio digital son algunos productos de la tecnología que puntúan la evolución de la radio y refuerzan uno de los papeles desempeñados por este medio en la vida de las personas: el de trilla sonora del cotidiano. Es en este contexto, agregando música e información para audiencias cada vez más segmentadas, que la radio se depara con las nuevas posibilidades de uso y de relación con el oyente presentadas por el Internet.

Moreira, en sus previsiones para la radio, nos apunta que "la radio tradicional tiende a ser un vehículo esencialmente local, vuelto para las audiencias específicas, con énfasis en programas centrados en la realidad inmediata en que se insertan oyentes y emisora". Y se eso realmente ven a ocurrir, las radios comunitarias de Brasil ya han largado en la delantera.

En verdad, la radio (como todos los medios de comunicación de masa) pasa por constantes transformaciones, en la forma de presentación o en el contenido, adaptándose a la evolución de las tecnologías de medios de comunicación y a los cambios de hábitos de audiencia. Esperamos que la radio junto con las nuevas tecnologías, además de simple compañía, pueda contribuir para mejorar la educación en Brasil y dar oportunidad para que las personas, mejor enteradas, logren tener mejor calidad de vida. En opinión de Ruas (2004: 148) los radiofonistas pueden colaborar para esa mejoría promoviendo campañas de utilidad pública como: hacer campaña para que los padres matriculen a sus hijos en la escuela, para que no haya ningún niño

fuera de la clase; incentivar la formación de asociaciones de padres y maestros y consejos escolares; incentivar a los padres a llevar a los hijos a los puestos de salud en épocas de vacunación; enseñar de qué modo la preservación del medio ambiente está relacionada a una vida saludable.

6.6. Democracia y libertad de expresión

Descubrimos también - y aquí nos basamos en las enseñanzas de Demo (1988: 72-73) que

> "la democracia da mucho trabajo. Donde todo el mundo quiere opinar (...), decidir en conjunto, lo que más acontece es una dificultad enorme de administrar el desorden. Las discusiones se vuelven interminables. (...) Fácilmente emerge el cansancio y la decepción, incluso el reconocimiento de que democracia no lleva a nada, (...) la insinuación de que en los períodos autoritarios las cosas andaban mejor, porque se decidía rápido o todo ya estaba decidido. Sin embargo, es natural que así se empiece. (...) Democracia es una planta tan esencial como débil. Es extremadamente más fácil matarla que conducirla a la maduración. Por eso es esencial evitar que los procesos participativos degeneren en sesiones repetitivas (...), poco productivas (...), por inhabilidad en la conducción del proceso o por incompetencia o política".

O sea: tratándose de comunicación comunitaria, muchas veces la democracia pasa a ser un problema y no una solución, pero existen otras dificultades para tener un buen nivel de comunicación comunitaria, y las dificultades son muchas como vimos y como nos informa Peruzzo (1998: 295), tanto en el nivel general (pocos recursos; falta de capacidad técnica; tiempo limitado; dificultades burocráticas, políticas y legales) cuanto en el de la participación (condicionamiento cultural; pereza, ingenuidad; juego de intereses partidarios; sagacidad de los políticos; dirigismos; cooptación; autoritarismo).

Finalmente, después de analizar toda la bibliografia y analizar los gráficos y las leyes, podríamos decir resumidamente que los objetivos de las radios comunitarias son:

• contribuir con la lucha por la democratización de los medios de comunicación, por la democratización de la información y por la institucionalización del Derecho de Comunicar

• contribuir para el conocimiento y propagación de los elementos culturales de las comunidades, propagando la música nacional, además del intercambio de los aspectos culturales de las varias comunidades organizadas;

• colectar, investigar, elaborar y divulgar en medios de comunicaciones locales, regionales y nacionales informaciones de cuño político, social, económico, científico, cultural y deportivo, relacionadas con las comunidades y que sean de su interés;

• promover continuamente el debate teniendo como objetivo el avance de los proyectos comunitarios.

De acuerdo con Peruzzo (1998: 213), creemos que, a pesar de todas esas limitaciones, no dejan de ocurrir también experiencias avanzadas que, envolviendo efectivamente la participación conjunta, aportan para una comunicación popular realmente útil al proceso de educación para la ciudadanía, incluyendo un significado político innovador, que puede ser observado en las siguientes características encontradas en las radios comunitarias:

1. Diversificación de los instrumentos.

La comunicación popular se sirve de varios tipos de instrumentos, no solamente de la radio comunitaria, de acuerdo con la disponibilidad de recursos financieros, materiales y de tiempo y en función del contexto, de las necesidades y de los objetivos del movimiento donde se desarrolla.

2. Apropiación de medios y técnicas.

La comunicación popular asume los medios técnicos y las formas de producción antes mantenidos, oligopólicamente, en las manos de unos pocos, debido a la estructura de funcionamiento de los vehículos masivos en este país. Eso democratiza el acceso a la comunicación y ayuda en la desmitificación de sus instrumentos. Profesionales especializados como periodistas, *managers* de relaciones públicas y radiofonistas, entre otros, han aportado para la socialización de esos recursos, cuando “invitados” por movimientos populares.

3. Conquista de espacios.

Cada vez más radios comunitarias son creadas y crecen en el número de oyentes.

4. Contenido crítico.

La comunicación popular tiene en general un contenido crítico. O sea: se juzga la realidad concreta, local o más amplia, tanto en nivel de denuncia descriptiva cuanto de interpretación o de opinión, levantando reclamaciones, apelando a la organización y a la movilización popular, apuntando para la necesidad de cambios. En este sentido, ella, en gran parte, no es conservadora y aun si lo fuese en el plano global de la sociedad y de la ideología, hasta cierto punto lo refutaría en el plano inmediato, al negar las condiciones de existencia dadas. Todo eso tiene que ver con la cultura. Hay en verdad la incorporación de nuevos valores, al mismo tiempo en que se producen otros.

5. Autonomía institucional.

La comunicación popular, salvo en casos aislados, se caracteriza por la autonomía con relación a las instituciones privadas y públicas.

6. Articulación de la cultura.

La comunicación popular abre espacios para la transmisión de productos de la cultura y de la creatividad presentes en la música, en la canción, en el dibujo, en la literatura, en la poesía, en la dramatización teatral, en la medicina popular y en otras manifestaciones de la propia población, que así tiene dónde expresarse.

7. Reelaboración de valores.

La radio comunitaria, trabajando y articulando elementos culturales, aporta para romper la dicotomía entre emisor y receptor. Este último asume el papel de emisor, y colectivamente, van siendo reelaborados valores simbólicos condiscentes con el ejercicio de la ciudadanía.

8. Mentalidad de servicio.

La comunicación comunitaria es predominantemente un servicio de interés público, con beneficios reales para la población involucrada, que encuentra en ella una forma de “protegerse” del mercantilismo de los medios de comunicación.

9. Preservación de la memoria.

La comunicación popular, al documentar decisiones, programas y hechos relacionados con los procesos de organización y de luchas de los movimientos, contribuye para registrar la historia de los segmentos subordinados.

10. Democratización de medios.

A medida que vaya ampliándose el número de radios y otros vehículos al servicio de la comunidad, la comunicación popular estará sirviendo cada vez más a la democratización de medios y del poder de comunicar.

11. Conquista de la ciudadanía.

La radio comunitaria aporta para la democratización de la sociedad y la conquista de la ciudadanía. Lo que no significa apenas poder votar cada 2 años en aquellos que van a decidir por él, sino también aprender a participar políticamente de la lectura del barrio y de la escuela para los hijos, a presentar su canción y su deseo de cambio, a denunciar condiciones indignas. A exigir sus derechos de usufructuar de la riqueza generada por todos, por medio de mejores beneficios sociales y de salarios más justos, a organizarse y a trabajar colectivamente. La comunicación popular no hace todo eso por sí sola, pero está inserta en la dinámica de los movimientos, generándose a partir de ellos y caminando en la misma dirección.

Así, concluye Peruzzo (1998: 220), toda teoría y práctica de la comunicación popular en Brasil representa una conquista muy expresiva para los sectores que de ella se sirven, en un amplio proceso político-educativo de una población sin tradición de participar, de forma igualitaria, de las decisiones que la afectan y por encima impedida durante más de dos décadas de régimen militar autoritario de reunirse, expresarse, denunciar, reivindicar e interferir. Sin embargo, ella no se constituye en una fuerza predominante ni hegemónica en la sociedad civil, pero está cooperando para la democratización de esta y de la comunicación como un todo.

Por otro lado, la misma autora destaca algunas fragilidades de la comunicación comunitaria, que sirven e ilustran muy bien lo que pasa en las

radios comunitarias en Brasil. A seguir, basados una vez más en Peruzzo (2004: 200), mostraremos esas fragilidades:

a) Inobservancia de la hora

b) Falta de responsabilidad

c) Irregularidad de la programación

d) Impropiedad del lenguaje

e) Desorganización

f) Ausencia de planificación

g) Deficiencias de edición: cortar músicas por la mitad, dejar música alta de fondo encuanto se habla.

h) Carencia de sustentación financiera

i) Falta de material de apoyo: discos, cintas para grabaciones

j) Ausencia de humor y de creatividad popular

k) Inadecuación del local

l) Restricción de la participación. La experiencia queda muchas veces en las manos de un pequeño grupo de moradores, sin el envolvimiento de la comunidad, de forma directa o representativa, en la constitución del equipo, en la creación de los mensajes, producción de los programas, en la planificación global y en la gestión del medio como un todo.

Lamentablemente, es común que cuando una radio comunitaria tiene que enfrentar un gran elenco de problemas, no logre activar de forma efectiva toda la potencialidad de un medio de comunicación popular al servicio de la transformación de la sociedad y de la conquista de la ciudadanía. Para que esto pueda acontecer de la mejora manera posible, me baso una vez más en Peruzzo (1998: 191-192) para indicar algunas sugerencias para la ampliación de la participación en el proceso de comunicación popular:

- Establecer una sistemática de reuniones periódicas con la población en general o representantes de los grupos sociales y de los sindicatos para discutir sobre todos los problemas y sugerencias de la radio.

- Mantener programas y materias total o parcialmente apoyados en una participación popular amplia, sin muchos cortes.

- Incentivar la producción de otras formas de comunicación.

- Organizar la forma de colectar publicidad, sugerencias y reclamaciones

- Crear una red de corresponsales del barrio.

- Disponer de reporteros populares responsables por el acompañamiento y por la cobertura de hechos locales, nacionales e internacionales.

- Realizar encuestas.

- Prestar cuentas a las instancias competentes.

Como el sistema postal, la radio alcanzó a toda la población, aun en los lugares más remotos, y de modo diferente de otros medios de comunicación como la prensa y el cine. Adondequiera, era "un buen compañero", consolando y entreteniendo, informando y educando, además de ofrecer, adondequiera, conforto para ciegos, enfermos, solitarios y los que estaban confinados en sus casas. En la memoria, por lo menos, las imágenes que evocaba subsistían tanto cuanto las palabras que ofrecía. El norteamericano Adam Calyton Powell (Briggs, 2004: 235), estudioso de los medios de comunicación, afirmó apropiadamente: "Lo que usted imagina es normalmente más asustador, desviado, real y vivo que las imágenes explícitas de videos o películas".

Para Maria Vida Nunes (2003: 5), el ejercicio de la ciudadanía a través de la participación de la comunidad en la radio comunitaria es hoy extremadamente perjudicado por la instrumentalización comercial y política existente en la mayoría de las emisoras así denominadas.

> "No es posible la consolidación de la identidad comunitaria a través de esas emisoras, porque ellas representan intereses privados específicos. Apropiándose del espacio público, los políticos profesionales privatizan la escena pública y diluyen la escena pública mediática, que se podría constituir en el libre espacio del debate democrático, para exaltar sus calidades públicas, sus realizaciones, al hacer campaña política de forma directa, indirecta o subliminar. La insipiencia de la organización de la mayor parte de esas comunidades se revela también en la

incapacidad de los productores y locutores que son representantes de la propia comunidad, incapaces de ejercer su ciudadanía, estimulando formas de interacción colectiva restricta a los programas de selección musical, sin utilizar la crítica, el debate o el cuestionamiento".

En opinión de Nunes (2003: 7) las radios comunitarias se pueden convertir en un poderoso instrumento de la educación no formal como camino para el ejercicio de una ciudadanía consciente, reafirmando prácticas culturales colectivas responsables por la consolidación de una identidad cultural determinada. Este sentido "positivo", "afirmativo", a través del cual la radio comunitaria es forjada por la comunidad, da bien la dimensión del proceso de construcción colectiva y de gestión compartida de la auténtica radio comunitaria: su utilización en pro de los intereses colectivos, en interacción con la comunidad.

> "En lugar de fundir las manifestaciones culturales, apagando las diferencias y resaltando sólo los puntos comunes, las radios comunitarias auténticas y verdaderamente comprometidas con las causas colectivas, a través de su programación, buscan evidenciar la pluralidad de manifestaciones culturales de grupos e individuos en la proyección de una segmentación que es siempre resultado de la amplia participación popular. Si los medios de comunicación convencional, muchas veces, inducen comportamientos pasivos, la radio auténticamente comunitaria, con su propuesta de producción colectiva de la programación y de gestión compartida y representación de la pluralidad y de la diversidad culturales, se abre receptiva a las diferencias e incentiva el ejercicio de la ciudadanía y de la participación social" (2003: 7).

Además, la práctica de la ciudadanía a través de los procesos participativos comunitarios no transfiere para los medios de comunicación el papel de cobrar de las autoridades competentes la resolución de los problemas comunitarios. Los medios y la comunidad se funden en una sola estructura, la radio comunitaria, que se enfrenta abiertamente con los poderes constituídos, exigiendo atención a sus reivindicaciones y respeto a los derechos colectivos esenciales. Esa vivencia ciudadana a través de la participación colectiva en la construcción de un medio de comunicación propio, además de fortalecer los lazos de solidaridad en la comunidad, combate las prácticas de mistificación de

comunicadores, transformados en “comisarios del oyente”, aportando para reducir la influencia de los grandes conglomerados de Comunicación.

Para la autora, las radios comunitarias auténticas constituyen, por sí solas, un antídoto contra la instrumentación política. “En comunidades conscientes, participantes y solidarias, la chance de que una tentativa de instrumentación política resulte en dividendos electorales es mínima, si el candidato no tiene efectivamente un pasado de lucha y de trabajo en pro de las causas colectivas”. En el momento actual, el ejercicio de la ciudadanía pasa necesariamente por la vivencia de experiencias colectivas participativas donde la noción de conjunto, de colectividad, del existir cultural, como elemento esencial en la construcción de la identidad social, fórjase en el cotidiano, por el lento reaprendizaje del existir colectivo.

Más que asegurar el ejercicio de la ciudadanía, la vivencia comunitaria adquirida a través de la existencia de la radio comunitaria alimentada por el propio grupo social, promueve una reasociación y una redefinición de los grupos sociales fragmentados, dispersos y arrojados a la angustia de la lucha por la supervivencia individual a cualquier costo, en los grandes centros. Hay mucho que hacer, mucho que resistir, continuar luchando, para impedir la destrucción de la noción de colectivo, la disolución de la identidad cultural en tiempos de globalización, homogeneización y desterritorialización de mentes y corazones. Dentro de ese cuadro, la existencia, la lucha por la defensa, la consolidación de las radios auténticamente comunitarias es, sin duda, un paso significativo en esa dirección.

En verdad, me habría gustado terminar esta tesis de otra manera. Habría querido darles mejores noticias a respecto del funcionamiento de las radios comunitarias en Brasil. Habría querido afirmar que todo lo dicho de bueno hasta aquí sobre los medios de comunicación comunitarios fuese verdad y estuviese funcionando. Habría gustado mucho de decir que el sistema funciona, y que ellas realmente estarían logrando cumplir con su papel de radio comunitaria, ayudando en el desarrollo socio-cultural de la nación. Pero lamentablemente la realidad es otra. Investigamos libros, noticias y artículos científicos, hicimos entrevistas, vimos películas y, lo principal, realizamos

nuestro trabajo de campo. El resultado ya les fue contado. Las radios comunitarias no están funcionando como deberían. Pero sabemos que muchas de ellas existen, separadas quizá, en algunas partes de este grandioso territorio brasileño. Por eso queda aquí una sugerencia de un próximo trabajo. Hacer un estudio de caso *in loco* con las radios comunitarias, realmente comunitarias, que resultaron bien. Conocer y estudiar su programación, su día a día, la participación con el oyente, e intentar descubrir como se hace una buena radio comunitaria de éxito. Sabemos que no hay una fórmula, pero tal vez haya un camino a ser seguido.

En este trabajo apenas pudimos hacer algunas sugerencias, como el uso de la creatividad y de la población activamente en la radio. Pero quizá esta fórmula pueda parecer un poco vaga. También siento falta de algo más objetivo y concreto. No de una fórmula o *radio-fórmula*, pero algo parecido. Sabemos que cada cultura, cada comunidad es diferente y necesita una radio diferente. Pero tal vez exista un "toque". Quizá pueda crearse un "manual" genérico, con algunos pasos a ser seguidos. Por eso aquí queda mi sugerencia de que sea realizado un estudio con estas emisoras que lograron éxito. Tal vez así podríamos ayudar a esas emisoras a prosperar en su cuño comunitario. Y así, ayudándolas, ciertamente estaríamos ayudando a toda una comunidad, o a una nación.

Muchas son las cuestiones que necesitan ser tratadas en una reconfiguración general del sistema de comunicaciones en Brasil, de suerte que no nos fue posible tratar de todas al mismo tiempo. La idea fue destacar que existe la necesidad de sustituir la enorme confusión regulatoria por un marco legal general que regule todo el sector. Para tanto, es preciso tener como grandes norteadores de la discusión la garantía de la libertad de expresión y pluralidad de la propiedad de los medios. Caminan de manos dadas otras cuestiones importantes: la necesidad de un órgano regulador independiente, una mayor separación de los intereses públicos y privados, una más cuidadosa definición de los papeles de diferentes actores del proceso (sociedad civil organizada, judiciario, legislativo, ejecutivo), una seria discusión acerca de la creación de un sistema público de radiodifusión.

Todas estas iniciativas, sin embargo, deben ser precedidas por la colocación del tema en la agenda. Sin esto no habrá presión social, y sin presión se mantiene el *status qu*o. ¿Cómo hacer? Difícil respuesta. Más investigaciones en el área, no obstante, nos parecen parte fundamental de la solución.

Para democratizar la comunicación social, idea generalmente aceptada como necesidad de una sociedad que quiere avanzar en la lucha por la democracia, no cabe destruir el sistema oficial. Es preciso transformarlo, y, en esa dirección, no hay negatividad en incorporar como complemento integrante, la idea de lo pequeño: de la pequeña potencia, del pequeño alcance y de los pequeños proyectos de comunicación.

Un gran peligro que amenaza al movimiento de radios comunitarias es la resistencia de algunas emisoras a la idea de lo pequeño. Es importante mencionar que hoy la mayoría de las emisoras, especialmente las piratas musicales y las comunitarias debidamente legalizadas, reproducen la estructura de las radios oficiales y no traen innovaciones para el sistema de comunicación social. Ya decía Nunes (1995: 9) que cuando estas emisoras "abrazan la ideología del mega, de lo grande, parten para un camino minado que puede destruir las potencialidades de los proyectos pequeños de comunicación".

En 1995, el Oxford English Dictionary definió "comunicación" como la primera de un conjunto de palabras que tuvieron su uso modificado, como (1) "la acción de comunicar, hoy raramente a través de cosas materiales y (2) dar a conocer, transmitir o cambiar ideas, conocimiento, etc, por medio del habla, escritura o señales". Sin embargo, en 1972, época de la publicación del suplemento del mismo diccionario, la comunicación fue descrita como "la ciencia o el proceso de transmitir información, especialmente por medio de técnicas mecánicas o electrónicas". La diferencia era enorme.

Con el mercado de bienes culturales establecido, se vuelve casi imposible determinar con precisión el punto en el que los deseos humanos y la estandarización de valores se encuentran, se cruzan y realizan un *feed-back*.

Pero sin duda el ciudadano moderno, de forma crítica o no, busca su felicidad bajo un paradigma de cultura estandarizado y entronizado por la televisión y otros medios de la sociedad de consumo.

> "Los medios de comunicación también son responsables de una parcela de la formación de la opinión pública, que, sin duda, puede conferirle un poder político concreto, pudiendo manifestarse partidariamente. Un ejemplo bastante actual, que dispensa demostraciones, fue la elección de Fernando Collor de Mello y el posterior proceso de impeachment. La demócrata radical Hannah Arendt, afirma que con el surgimiento de la sociedad de masas fueron creadas las condiciones para el tratamiento estadístico y matemático de la realidad. De acuerdo con la autora, "cuanto más personas existen, mayor es la posibilidad de que se comporten y menor la posibilidad de que toleren el no comportamiento". O sea, la sociedad de masas excluye el "actuar", la acción, y eleva el comportamiento, el comportarse, para las relaciones sociales" (Nunes, 1995: 12).

Nunes nos acrecienta que una opinión pública confiable sólo posee condiciones de formarse en una sociedad que garantice el acceso de todos a la educación y a la cultura, además de tener como base de desarrollo el estímulo a la conciencia crítica y a la libertad de opinión. Para la autora, Brasil está lejos de atender a esas condiciones y más aun de tener un sistema de comunicación social abierto al receptor, lo que inviabiliza, por ejemplo, la formación de un electorado consciente y libre y, por tanto, de un modelo de representación popular en el actual sistema republicano.

> "En la intensidad de lo pequeño, no existe el temor del poder. Es positivo y divisible. Weber define el poder como la posibilidad de imponer la propia voluntad al comportamiento ajeno. Él habla de la dominación como una de las manifestaciones de poder y ejemplariza con la pose de bienes económicos que, consecuentemente, producen poder económico. Podríamos añadir que la dominación se da a través de las fuerzas económicas, o de la violencia, como quiere Arendt, en el sentido mismo en que Weber demarca, de la formación de monopolios u oligopolios, ya que estamos tratando de radiodifusión" (Nunes, 1995: 20).

Todo orden estatal degenera en una dominación basada en la violencia, cuando separa, por desconfianza, los ciudadanos entre sí, prohibiendo el intercambio público de opiniones. Ese orden destruye las estructuras comunicativas, las únicas en las cuales el poder puede surgir. El miedo,

radicalizado en terror, obliga a cada individuo a cerrarse en sí mismo, contra todos los otros; anula, al mismo tiempo, las distancias entre los individuos. Les saca la fuerza de la iniciativa y priva todas las interacciones lingüísticas de la capacidad de unificar espontáneamente lo que está separado.

Como bien nos dicen Cecilia Peruzzo Y Sonia Virginia Moreira, en la presentación de la reciente obra " Desafíos de la radio en el siglo XXI", quien una vez se apasiona por la radio no la olvida jamás.

> "Que esa misma pasión continúe moviendo y fortificando el interés de investigadores, profesores y estudiantes por ese vehículo de comunicación. Al contrario de la arbitraria afirmación de muchos, de que la radio estaría caminando para su ocaso, ella se rejuvenece cada vez más, perfectamente sintonizada y sincronizada con las ondas de transformación de la sociedad Pasamos por una transición impulsada por sucesivas innovaciones tecnológicas. Como dice Boaventura de Souza Santos, la transición es siempre semi-ciega, no sabe exactamente qué rumbo tomar. Las certezas de antes parecen no suministrar respuestas seguras ante la complejidad real. Y cuando las incertidumbres nos acechan, experimentamos el desaliento de la pérdida y caminamos a ciegas. La conciencia de la transición significa aceptar el desafío de transitar entre diversas simultaneidades – lo nuevo y lo viejo, lo moderno y lo pos-moderno. En ese momento, lo fundamental es no tener recelo de seguir caminando a procura de un rumbo. Navegar es preciso, aun delante de la tempestad. La reflexión es brújula, es el norte que nos orienta" (2001).

Para Ana Baumworcel (2001: 109) la radio entra en el siglo XXI renovada por las tecnologías que aumentan la calidad y el alcance del sonido. En su esencia, continúa siendo el vehículo de comunicación más ágil, barato, con mayor alcance y menos costo de producción. "Al producir una oralidad electrónicamente, acabó constituyendo una nueva forma de escribir la propia oralidad. Y al hacer eso, la radio enriqueció el idioma a partir de la tecnología. El vehículo produjo, en su trayectoria, otra materialidad sonora, haciendo que el sonido significase de diferentes modos".

Como vemos, la ventaja de la radio reside, paradójicamente, en aquello que no posee: la imagen. El sonido nos permite crear el escenario de los acontecimientos del mundo, mientras la TV trae una imagen-copia de la realidad. Y, por eso, la TV inhibe la imaginación y el sentido crítico del receptor

que cree en lo que ve. Ya la "ceguera" producida en la radio por la invisibilidad del sonido posibilita que el oyente "vea" a través de su percepción corporal (Meditsh, 1999).

Durante la historia nacional, no hubo ningún otro vehículo que colaborase tanto para la integración como la radio, volviéndose, por su alcance, presencia marcante en cualquier proceso de desarrollo. Es considerada como la mayor conquista científica del siglo XX y la mayor conquista tecnológica del mundo. No desapareció cuando fue amenazada por la televisión; por el contrario, fue continuamente conquistando nuevos caminos y espacios:

> "Aquellos que confiaron en la radio, continúen confiando, porque la radio es insubstituible y se constituye en la más extraordinaria arma, que tiende a perfeccionarse más y más, con la tecnología puesta a su servicio. Que nadie se arrepienta de haberse empeñado tanto, en beneficio de tanto, porque la radio no tiene límites: lo que está diciendo en este momento, puede ser oído en el mundo entero, en este mismo instante. Eso no es milagro, es conquista tecnológica. Es por eso que creo que la radio nunca será sustituida y nunca habrá nada que pueda hacer que la radio se ofusque; ella está en el camino cierto (Tavares, 1999: 283).

Para terminar, me gustaría dejar algunas indagaciones hechas por Downing (2002: 418-419) que se pregunta: ¿Es posible organizar los medios de comunicación de manera democrática? ¿Cuáles son, en la práctica, los riesgos involucrados? ¿Pueden ellos ser superados? Además, la propia democracia no es, en ese caso, una virtud abstracta. ¿Cuáles son las posibilidades prácticas de que las mujeres y los negros tengan acceso a la radiodifusión y a comunicar lo que desean comunicar, tanto dentro de sus propias filas como para una audiencia más amplia? ¿Se puede evitar el patrocinio de anunciantes sin hundirse en el caos financiero? ¿Una red de emisoras de ese tipo es una iniciativa viable? ¿Medios de comunicación tan pequeños pueden resistir a los ataques organizados de la extrema derecha? ¿Cuáles son los costos, en todos los niveles?

Difíciles preguntas. Es preferible creer que la comunicación comunitaria pueda ayudar para que todo eso cambie por lo menos un poco. Que ella pueda producir una comunicación que corresponda más a los intereses de los

destinatarios, sin perder de vista su valor educativo, usando lenguajes adecuados y que establecen empatía. Proporcionar condiciones para que la población participe de afuera, haciendo que crezca y se enriquezca en el proceso de producción, planificación y gestión de los medios de comunicación comunitarios locales. Descubrir mecanismos de auto sustentación financiera, pues difícilmente se alcanza la autodeterminación sin la autosustentación. Adecuar el vehículo de comunicación popular a las condiciones de la audiencia y de la recepción, pues no tiene sentido producir un programa de radio que no despierte interés. Contar con la ayuda de técnicos y especialistas para asesorar en aquello en que no se es competente ni autosuficiente. Definir las tácticas metodológicas para viabilizar una participación de calidad creciente en la búsqueda de la ciudadanía activa (Peruzzo, 1998: 293-294).

> "La participación popular puede facilitar el advenimiento de una nueva praxis de la comunicación. La participación y la comunicación representan una necesidad en el proceso de constitución de una cultura democrática, de ampliación de los derechos de ciudadanía y de la conquista de la hegemonía, en la construcción de una sociedad que vea al ser humano como fuerza motivadora, propulsora y receptora de los beneficios del desarrollo histórico" (Peruzzo, 1998: 296).

Sabemos que los grandes vehículos de comunicación son importantes, pero no permiten dar respuesta a todas las necesidades, no les siendo posible tratar, por ejemplo, de las cuestiones que conciernen bien de cerca a la vida de las personas, en el local de morada, de trabajo, de estudio y de recreación. Estamos en la era del láser, del ordenador, de las fibras ópticas, de los satélites, del Internet, pero la tecnología sofisticada no llegó a todos.

Como vimos en nuestra investigación, las radios comunitarias, que deberían actuar siempre en el marco de la legalidad, si logran cumplir la ley responderán en muchos casos a las necesidades, intereses, problemas y expectativas de sectores muchas veces relegados, discriminados y empobrecidos de la sociedad civil. La necesidad creciente de expresión de las mayorías y minorías sin acceso a medios de comunicación, y su reivindicación del derecho de comunicación, de libre expresión de ideas, de difusión de información, torna imperativa la necesidad de buscar bienes y servicios que les aseguren condiciones básicas de dignidad, seguridad, subsistencia y

desarrollo. Estas emisoras pueden facilitar la libre circulación de información, alentando la libertad de expresión y el diálogo dentro de las comunidades para promover la participación.

La ley está hecha, y nos parece muy bonita. Resta saber si será cumplida y podrá ayudar a este gigante de más de 180 millones de habitantes a romper las barreras del subdesarrollo. Como hemos dicho a lo largo de este trabajo, dada la importancia que pueden tener estos canales de ejercicio de la libertad de expresión comunitaria, resulta inadmisible que las radios comunitarias que tengan licencia para funcionar, hagan un uso no creativo de esta licencia y sencillamente operen de acuerdo con la *"radio-fórmula"* ya existente, o sea, de acuerdo con las miles de emisoras comerciales ya existentes y no haciendo nada diferente de lo habitual.

El siglo XXI se inicia con una serie de avances y desafíos en lo que respecta al fortalecimiento de los procesos democráticos en Brasil. La búsqueda de una mayor profundización de los sistemas democráticos se ha focalizado en remediar problemas que afectan a la justicia social, al desarrollo sostenible y al pleno respeto a los derechos humanos. Dentro de este contexto, el derecho a la libertad de expresión juega un papel fundamental en el camino hacia la consolidación de las democracias, puesto que este derecho comprende la libertad de todo individuo de buscar, recibir y difundir información y opinión como así también el derecho colectivo de participar en forma plena a través del libre intercambio de ideas e información. Además, contar con procedimientos que garanticen la libertad de expresión es uno de los mecanismos más efectivos para combatir la corrupción y ayudar en el desarrollo económico, político y social de un país. Así esperamos que colaboren las radios comunitarias.

ABREVIATURAS

ABERT:	Associação Brasileira de Rádio e TV
AESP:	Associação das emissoras de Rádio e TV do Estado de São Paulo
ALER:	Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica
AMARC:	Asociación Mundial de las Radios Comunitarias
AMIRT:	Associação Mineira de Rádio e TV
ANATEL:	Agência Nacional de Telecomunicações
CBT:	Código Brasileiro de Telecomunicações
CF:	Constituición Federal de Brasil
CIDH:	Comisión Interamericana de Derechos Humanos
CIESPAL:	Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina
IBGE:	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – www.ibge.org.br
IBOPE:	Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística – www.ibope.com.br
LGT:	Lei Geral de Telecomunicações
MC:	Ministério da Comunicação de Brasil – www.mc.gov.br
PNUD:	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
RadCom:	Radio Comunitaria
SINERC:	Sindicato das Entidades Mantenedoras do Sistema de Radiodifusão Comunitária de São Paulo
STJ:	Superior Tribunal de Justiça

ANEXO I
Cuestionários

Primera Parte:

Perfil do entrevistado e dados da Emissora

1. Razão Social:
2. Nome fantasia:
3. Cidade:
4. Freqüência:
5. Data que a rádio entrou no ar:
6. Estilo de programação
7. Qual a Potência?
8. Esta vinculada a alguma instituição, entidade, associação ou órgão? Qual?
9. Nome do entrevistado:
10. Idade:
11. Profissão:
12. Grau de instrução:
13. Cargo que ocupa na rádio:

Segunda Parte:

Questionário

1. Quem é o publico alvo da rádio?

2. Quantas horas a emissoras permanece no ar por dia?

3. Esta rádio já funcionava antes de receber a licença?
Sim (...) Não (...)

4. Esta radio já foi fiscalizada alguma vez pela ANATEL ou pelo Ministério das Comunicações depois de estar regularizada?
Sim (...) Não (...)

5. Como a emissora obtém recursos para se manter?

6. A rádio tem bloco comercial? Com qual Freqüência?
Sim (...) Não (...)

7. A rádio possui anunciantes sem ser do comércio do bairro onde ela está inserida?
Sim (...) Não (..)

8. A rádio recebe anúncio da prefeitura ou câmara municipal?
Sim (...) Não (...)

9. A emissora vende horário para locutor?
Sim (...) Não (...)

10. Qual o programa mais ouvido da rádio? Que estilo é o programa?

11. A emissora tem programas específicos para a comunidade onde esta instalada? Quantos programas? Que tipo de programas?

12. O ouvinte pode participar da programação? Como?

13. Quem faz a programação da rádio?

14. A rádio consta de um diretor artístico? Ou de programação?
Sim (...) Não (...)
15. Como é eleito esse diretor?

16. Qual o objetivo da emissora?

17. Qual a maior dificuldade que vocês tem hoje pra funcionar? Pra manter a radio no ar?

18. O que você acha das rádios piratas, ou seja, aquelas que não são legalizadas?

19. Nesta sua área de atuação, existem emissoras piratas? Elas atrapalham a sua emissora? Como?

20. Esta rádio retransmite os programas políticos e do governo gratuitos como a Hora do Brasil rede nacional de rádio e programas de partidos políticos?

21. Esta rádio mantêm em dia os pagamentos de contribuições sociais, direito autoral e ANATEL?
Sim (...) Não (...)

BIBLIOGRAFÍA

ABERT - Cartilha do 23º congresso Brasileiro da Radiodifusão. Brasilia 17 a 19 de maio de 2005.

Asociacíon Mundial de Radios Comunitarias, www.amarc.org.

Associação das emissoras de rádio e televisão de São Paulo (AESP), www.aesp.com.br.

Associação Mineiroa de Radio e TV (AMIRT), www.amirt.com.br.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil., https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Nova-consti/Main.htm.

BRASIL. Lei n.º 9.612, de 19 de fev. 1998. Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária.

Capítulo I, Obligaciones Generales: Artículo 1: Obligación de Respetar los Derechos y Capítulo II sobre Derechos Civiles y Políticos, Artículo 13: Libertad de Expresión, Convención Americana sobre Derechos Humanos.

Convención americana sobre derechos humanos (Suscrita en San José de Costa Rica el 22 de noviembre de 1969, en la Conferencia Especializada Interamericana sobre Derechos Humanos). Comisión Interamericana de Derechos Humanos: Declaración de principios sobre libertad de expresión, http://www.cidh.org/Basicos/Basicos2.htm e http://www.cidh.org/Basicos/Basicos13.htm.

Corte Interamericana de Derechos Humanos, La Colegiación Obligatoria de Periodistas (Arts. 13 y 19 Convención Americana sobre Derechos Humanos), Opinión Consultiva OC-5/85 del 13 de noviembre de 1985. Serie A Nº 5, párr. 47-48. Anexo A. CIDH, Informe Anual, año 1998, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión.

http://amora.rits.org.br/cemina/html/subcapII6.html.

http://www.commedia.org.uk/campaign/documents/CommunityRadioSIv20.pdf.

http://www.obore.com/memoria/dossie00.asp, Radiodifusão comunitária: no ar, o poder local.

http://www.radcom.hpg.ig.com.br/educativa.htm.

Informe sobre desarrollo humano 2000: Capitulo 3: la democracia incluyente garantiza los derechos, PNUD**:** 58.

Leis permitem prisão de responsáveis por rádios sem licença, Fonte: Agência Brasil: http://www.aesp.org.br/noticias_2005_02_17.asp.

ORGANIZAÇÃO das Rádios Comunitárias. Discurso proferido pelo Senador Artur da Távola, no Senado Federal, 27 jan. 1998.

"PIRATAS" são fechadas. *Revista AMIRT*. 110**:** 12-15.

Radio Apasionados, http://www.comunica.org/apasionados.

Rádio Favela, http://radiofavelafm.com.br.

Rede Globo de Televisão, http://www.redeglobo.com.br.

A sobrevivência da Rádio Comunitária, www.rbc.org.br.

UNESCO: World Communication Report 1998. *CIDH, Informe Anual, año 2002, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión***:** 148.

UNESCO: World Communication Report 1998, pág. 148.

www.empresario.com.br.

(9 de setembro de 2005). Ibope: 75% da população não sabe ler direito. *Folha de S. Paulo*. São Paulo.

(10 mar. 1996). Igreja tem a maior rede de rádios do país. *Folha de São Paulo*. São Paulo**:** 10.

(17/10/1996). Os Piratas que estão na Onda. *JB*. Rio de Janeiro**:** 18-19.

(24 jan. 1999). Católicos tentam aumentar participação na TV. *Folha de São Paulo*. São Paulo.

(26 de março de 1996). *Folha de São Paulo*. São Paulo**:** 12.

(28 set.1996). Indução a erro. *Folha de São Paulo*. São Paulo**:** 3.

(29 mar. 1999). Ameaça à informação independente. *Jornal da Tarde*. São Paulo.

(31/03/2005). O Brasil ocupa hoje a 12º no ranking das maiores economias mundiais, Folha Online.

(31/08/2002). Reportagem Especial: "De um microfone a uma rede multimídia. *Zero Hora*. Brasília**:** 4-5.

(1982). *A Indústria Cultural: o iluminismo como mistificação de massas*. *Teoria da cultura de massa*. L. C. Lima. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

(1990). Ondas Renovadas. *Veja*. N19**:** 70.

(1993). Rádio lidera audiência durante o dia. *Folha de São Paulo - 15dez*. São Paulo: 1.

(1993). Supremacia do rádio cresce no interior, diz diretor da Globo. *Folha de São Paulo - 17 dez*. São Paulo: 7.

(1999). Ameaça à informação independente. *Jornal da Tarde*. São Paulo.

(1999). *Discurso de Joaquim Mendonça. "Seminario debate en Brasília las nuevas tecnologías". Reviste Abert, n97, septiembre de 1994. Tendências da programação radiofônica nos anos 90 sob o impacto das inovações*. N. R. D. Bianco. Rio de Janeiro e Brasília, EdUERJ e UNB.

(1999). *Jovem Pan 2 busca verbas maiores para o rádio. Tendências da programação radiofônica nos anos 90 sob o impacto das inovações tecnológicas*. N. R. D. Bianco. Rio de Janeiro e Brasília, EdUERJ e UNB: 193.

(2000). Rocinha, um retrato do Brasil. Revista Raça Brasil, http://www2.uol.com.br/simbolo/raca.

(2001). Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, CIDH, Informe Anual, año 2001.

(2002). *CIDH, Segundo Informe sobre la Situación de los Derechos Humanos en Perú, 2000. CIDH - Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión*. 6: 1-2.

(2002). *Depoimento de Misael dos Santos, diretor e locutor da Rádio Favela ao repórter Caco Barcelos, no programa "Espaço Aberto" , levado ao ar no canal de TV Globo News, no dia 20 de setembro de 1998. Rádio Comunitária: simulação de uma identidade ?* G. J. Santiago. Bauru.

(2002). Informe Anual, año 2002, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, CIDH,.

(2002). *Jornal Nacional. Rede Globo de Televisão 24 set. 1996. Rádio Comunitária: simulação de uma identidade ?* G. J. Santiago. Bauru.

(2002). *Programa "Vitrine". TV Cultura, São Paulo, 13 jan. 1996. Rádio Comunitária: simulação de uma identidade ?* G. J. Santiago. Bauru.

(2002). *RÁDIO & TV, Brasília : Abert, n.118, p. 21, junho de 1997. Rádio Comunitária: simulação de uma identidade ?* G. J. Santiago. Bauru.

(2002). *Relatório do II Encontro Nacional de Rádios e TVs Comunitárias, Praia Grande-SP, 1996. Rádio Comunitária: simulação de uma identidade ?* G. J. Santiago. Bauru.

(2003). http://amora.rits.org.br/cemina/html/subcapII5.html.

(2003). http://intermega.globo.com/radiocomunitaria.htmal.

(2003). A mentira das interferências, http://www.hipernet.ufsc.br/foruns/vozes/documentos/radios/.

(2004). GENEBRA 2003 E A DEMOCRATIZAÇÃO DO RÁDIO NO BRASIL, http://www.obore.com/workshop/bucci.asp.

(2004). http://www.radialistas.net/manual.php.

(2005). http://www.radiobras.gov.br.

(2005). www.radiopopolare.it, Radio Populare.

(abr 1993). Y usted, aún no tiene su FM comunitaria? *Chasqui*. Quito, CIESPAL**:** 8.

(Ago 1995). A proposta do Minicom para a radiodifusão comunitária. *Jornal da AESP*. São Paulo**:** 26.

(Agosto 1995). Carta pede licença provisória às piratas. *Jornal da AESP*. São Paulo**:** 25.

(dez 1996). AESP lança campanha antipirataria. *Jornal da AESP*. São Paulo**:** 15.

(dez. 1999). Juiz do contra é a favor da liberdade total. *Revista Imprensa*. São Paulo, Feeling Editora**:** 48-49.

(Fevereiro de 2005). Querem calar a voz do povo II - A violência contra as rádios comunitárias no Brasil, http://www.intervozes.org.br/arquivos/dossie.pdf.

. Rádio Comunitária. Informe n.9, janeiro de 1998, Ministério das Comunicações.

ABERT (Set. 1992). *Revista da ABERT***:** 29.

Abreu, C. d. Rádios Livres - um breve histórico, http://www.alternex.com.br/~claudiaverde/radhisto.htm.

Abreu, J. B. d. (2001). *Faca de dois gumes*. Rio de Janeiro, UERJ.

Achcar, G., A. Gresh, et al. (2003). *El atlas de Le Monde diplomatique*. Valencia, Ediciones Cybermonde.

Adghirni, Z. (2002). *Jornalismo online: em busca do tempo real*. INTERCOM, Salvador, INTERCOM.

Adorno, T. W. (1987). *A Industria Cultural. Comunicação e indústria cultural*. G. Cohn. São Paulo, T.A. Queiroz.

Adorno, T. W. (2002). *Culture Industry Reconsidered. Mídia Radical*. J. D. H. Downing. São Paulo, SENAC.

Adorno, T. W. and M. Horkheimer (1982). *A Indústria Cultural: o iluminismo como mistificação de massas. Teoria da cultura de massa*. L. C. Lima. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

Alcides, J. (1997). *PRA-8: o rádio no Brasil*. Brasília, Fatorama.

Almeida, A. d. (2001). *Noticia não é salsicha - as novas tecnologias e o jornalismo nas rádios AM cariocas*. Rio de Janeiro, UERJ.

Almeida, A. M. d. (1993). *Mídia eletrônica : seu controle nos EUA e no Brasil*. Rio de Janeiro, Forense.

Almeida, A. M. d. (2001). *Mídia eletrônica - Seu controle nos EUA e no Brasil*. Rio de Janeiro, Forense.

Almeida, M. (1971). *Comunicação de massa no Brasil*. São Paulo, Júpiter.

Alvarez, P. (22/01/2004). Las radios de la esperanza, http://www.infosolidaria.org.

Arato, J. C. (2002). *Civil Society and Politcal Theory*. São Paulo, SENAC.

Araújo, C. B. d. (1985). *O escritor, a comunicação e o radiojornalismo. A informação no rádio*. G. S. Ortriwano. São Paulo, Summus**:** 70.

Araujo, T. (26 Jan 2000). Favela festeja concessão, Jornal Hoje em Dia - http://www.hojeemdia.com.br/Hojedia.cgi.

Ávila, V. F. d., Ed. (2004). *Formação educacional em desenvolvimento local*. Rádio Comunitária: Uma estratégia para o desenvolvimento local. Campo Grande, UCDB.

Azevedo, A. (2002). Comunicação e cidadania - experiências na América Latina e Brasil, Universidade Metodista de São Paulo - UMESP. Faculdade Editora Nacional - FAENAC -http://www.eca.usp.br/alaic.

Balsebre, A. (2001). *Historia de la Radio en España (1874-1939)*. Madrid, CATEDRA.

Balsebre, A. (2004). *El lenguaje radiofónico*. Madrid, Cátedra.

Bandera, C. A. d. M. (2004). *Curso de direito administrativo. Radiodifusão*. L. R. Sardinha. Belo Horizonte, Mandamentos.

Banks, J. and D. C. Robinson (1988). *The impossibility of democratic communication: a power analysis*. *Comunicação nos movimentos populares*. C. M. K. Peruzzo. Petrópolis, Vozes.

Barber, B. (1984). *Strong Democracy Politics for a new age*. Berkeley, University of California.

Barbero, J. M. (1989). *A comunicação no projeto de uma nova cultura política*. *Comunicação na América Latina*. J. M. d. Melo. Campinas, Papirus**:** 95.

Barbosa, S. (2003). *Os conteúdos locais no jornalismo digital*. INTERCOM, Belo Horizonte, INTERCOM.

Baremblitt, G. F. (1998). *Compêndio de análise institucional e outras correntes: teoria e prática*. Rio de Janeiro, Record: Rosa dos Tempos.

Barthes, R. (1989). *O grau zero da escritura*. Lisboa, Edições 70.

Bassets, L. (1981). *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona, Gustavo Gili.

Bastos, R. C. (1996). Parecer sobre rádios comunitárias. Opinião técnica emitida para o Fórum Democracia na Comunicação e para a Associação de pretendentes à Radio Local., APERLOC.

Baumworcel, A. (2001). *Radiojornalismo e sentido no novo milênio*. Rio de Janeiro, UERJ.

Bayma, I. F. d. C. (2003). Dados sobre a concentração da propriedade de meios de comunicação e o coronelismo eletrônico no Brasil, www.rbc.org.br.

BBC (2 de junio 2005). Brasil, ¿país de algunos?, http://www.periodistadigital.com/ultima_hora/object.php?o=86021.

Belau, A. F. (1981). *La Radio: introducción a un medio desconocido*. Madrid, Latina.

Beltran, L. R. (1981). Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal. *Revista Comunicação e sociedade***:** 31.

Beltrán, L. R. and E. F. d. Cardona (1981). *Comunicação dominada : os Estados Unidos e os meios de comunicação na América Latina*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

Benjamin, W. (1998). *Obras Escolhidas II - Rua de Mão Única*. *Radio Camponesa*. M. R. Maia. Recife, INTERCOM.

Berger, C. (1989). *A comunicação emergente: popular e/ou alternativa no Brasil*. Porto Alegre, Mimeo.

Bernardo, J. M. (2006). *El sistema de la comunicación mediática. De la comunicación interpersonal a la comunicación global.* Valencia, Tirant lo Blanc.

Bernardo, J. M., J. Gavaldà, et al., Eds. (2003). *El debate sobre la cultura de la imagen*. Valencia, Nau llibres.

Bianco, N. R. D. (1996). *Tendências da programação radiofônica nos anos 90 sob o impacto das inovações tecnológicas*. INTERCOM, Londrina, INTERCOM.

Bianco, N. R. D. (1999). *Tendências da programação radiofônica nos anos 90 sob o impacto das inovações*. Rio de Janeiro e Brasília, EdUERJ e UNB.

Bianco, N. R. D. (1999). *Tendências da programação radiofônica nos anos 90 sob o impacto das inovações tecnológicas*. Rio de Janeiro, Ed UERJ e UNB.

Bianco, N. R. D. (2001). *Cautela, riscos e incertezas na implantação do radio digital no Brasil*. Rio de Janeiro, UERJ.

Bianco, N. R. D. (Dez 1993). FM no Brasil 1960-79: crescimento incentivado pelo regime militar. *Comunicação & Sociedade*: 20.

Bianco, N. R. D. and S. v. Moreira (1999). *Rádio no Brasil: tendências e perspectivas*. Brasília, UnB.

Bordenave, J. E. D. (1986). *O que é comunicação*. São Paulo, Nova Cultura-Brasiliense.

Bosi, A. (1992). *Dialética da Colonização*. São Paulo, Cia das Letras.

Brasil, C. n. d. b. d. (1994). *Comunicação e igreja no Brasil*. São Paulo, Paulus.

Brasil, F. A. (2005). Leis permitem prisão de responsáveis por rádios sem licença, http://www.aesp.org.br/noticias_2005_02_17.asp. 2005.

BRASIL, S. T. d. J. (2004). *Certidão de julgamento. Mandado de segurança impetrando pelo Centro de Assistência Social e Educacional John F. Kennedy*. *Radiodifusão*. L. R. Sardinha. Belo Horizonte, Mandamentos.

BRASIL, T. R. F. R. (2004). Sentença. Mandado de segurança preventivo impetrado por Associação Cultural Esportiva de Mangabeira contra ato do Ilmop. Sr. Delegado Regional do Ministério das Comunicações na Paraíba, verberando-se contra a ameaça de fechamento da rádio comunitário "Zona Sul FM", www.jfpb.gob.br/diversos/sent7.htm.

Brecht, B. (1981). *Teoria de la radio*. *De las ondas rojas a las radios libres*. L. Bassets. Barcelona, Gustavo Gili.

Breguêz, S. G. (1999). Favela FM 104.5 - Uma experiência de rádio comunitária em Belo Horizonte. *Instituto Gutenberg*.

Briggs, A. and P. Burke (2004). *Uma história social da mídia: de Gutemberg à internet*. Rio de janeiro, Jorge Zahar.

Brocanelli, R. (1996). *Rádio livre : breve história.* Rio de Janeiro, Fanzine Brujeria.

Brscan, I. M. A experiência francesa em rádios lires, http://muda.radiolivre.org/experien.htm.

Buckley (2002). http://alainet.org/images/alai-25c-w.pdf.

Buso, N. (2003). Nós queremos transformar a sociedade e por isso fazemos rádio, www.rbc.org.br.

Camponez, C. (2002). *Jornalismo de Proximidade*. Coimbra, Minerva.

Canclíni, N. G. (1995). *Consumidores e Cidadãos. Conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro, EdUERJ.

Caparelli, S. (1986). *Comunicação de massa sem massa*. São Paulo, Summus.

Caparelli, S. (dez. 1985). Política de Radiodifusão no Brasil. *Cadernos Intercom*. São Paulo, Cortez. 8**:** 16.

Cardoso, F. H. (1972). *O empresário industrial e desenvolvimento econômico no Brasil*. São Paulo, Difel.

Cardoso, O. O. (1994). A Igreja eletrônica. *Comunicação e Sociedade*. São Paulo, Instituto Metodista de Ensino Superior. 12**:** 5.

Carneiro, M. (1988). *Temas de educação comuncitaria*. Petrópolis, Vozes.

Carvalho, M. A. d. (1998). *Rádio: movimento descobre um amigo do povo. No ar... uma rádio comunitária*. D. M. Cogo. São Paulo, Paulinas.

Carvalho, P. B. d. (1998b). *Quem tem medo da rádio comunitária. Comunicação nos movimentos populares*. C. M. K. Peruzzo. Petrópolis, Vozes**:** 252.

Casé, R. (1995). *Programa Casé: o rádio começou aqui*. Rio de Janeiro, Mauad.

Castells, M. (1998). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. El Poder de la identidad*. Madrid, Alianza Editorial.

Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo, Paz e Terra.

Castro, D. (28 jan. 2000). Lobão hasteia a bandeira dos piratas. *Folha de São Paulo*. São Paulo**:** 14.

Cesar, C. (1990). *Como falar no rádio: prática de locução AM e FM*. São Paulo, Ibrasa.

Cesar, C. (2005). *Rádio: a mídia da emoção*. São Paulo, Summus.

Chabalgoity, D. P. (2001). *Glossário de informática, radiodifusão e telecomunicação*. Brasília, Quadrantes.

Chantler, P. and S. Harris (1998). *Radiojornalismo*. São Paulo, Summus.

Chasqui - . Quito, C., n. 10.

Chesneaux, J. (1995). *Modernidade-mundo*. Petrópolis, Vozes.

Christofoletti, R. (2003). *Dez impasses para uma efetiva crítica de mídia no Brasil*. INTERCOM, Belo Horizonte, INTERCOM.

Cogo, D. M. (1998). *No ar... uma rádio comunitária*. São Paulo, Paulinas.

Cogo, D. M., Ed. (2001). *Multiculturalismo, comunicação e interculturalidade: cenários e itinerários conceituais*. Comunicação e Multiculturalismo. São Paulo / Manaus, INTERCOM.

comunicação, C. i. p. o. e. d. p. d. (1983). *Um mundo e muitas vozes: comunicação e informação na nossa época*. Rio de Janeiro, Fundação Getulio Vargas.

Costa, N. C. A. d. (2001). *O conhecimento científico*. *Comunicação e pesquisa*. L. Sanatella. São Paulo, Hacker.

Costella, A. (1970). *O controle da informação no Brasil*. Petrópolis, Vozes.

Costella, A. (1978). *Comunicação - do grito ao satélite (história dos meios de comunicação)*. São Paulo, Mantiqueira.

Costella, A. (1985). *O Controle da informação no Brasil*. *A Informação no rádio*. G. S. Ortriwano. São Paulo, Summus**:** 71.

Dagron, A. G., www.comminit.com/la/lahaciendoolas/sld-931.html.

Dahl, R. A. (1956). *A preface to democratic Theory*. *Comunicações no Brasil: da Confusão Legal à Necessidade de Regular (Dissertação de mestrado)*. G. C. d. S. Godoi. São Paulo.

Demo, P. (1987). *Elementos metodológivos da pesquisa participante. Repensando a pesquisa participante*. C. R. Brandão. São Paulo, Brasiliense.

Demo, P. (1988). *Participação é conquista*. São Paulo, Cortez.

Demo, P. (2002). *Cidadania tutelada e cidadania assistida. Comunicação e cidadania - experiências na América latina e Brasil*. A. Azevedo. São Paulo, Faculdade Editora Nacional - FAENAC - http://www.eca.usp.br/alaic.

DeVito, J. (1997). *Human communication: The basic course. Comunicação e pesquisa*. L. Sanatella. São Paulo, Hacker**:** 7.

Dias, C. E. d. M. (1999). *Rádio livre: um espaço experimental no ensino de radio*. INTERCOM, Rio de Janeiro, INTERCOM.

Dias, C. E. d. M. (2003). Rádio Comunitária: experiência positiva constatada, www.rbc.org.br.

DiPietro, M. S. Z. (2004). *Parcerias na administração pública. Radiodifusão*. L. R. Sardinha. Belo Horizonte, Mandamentos**:** 203.

Doimo, A. M. (2004). *A vez e a voz do popular: movimentos sociais e participação política no Brasil pós 70. Comunicação nos movimentos populares*. C. M. K. Peruzzo. Petrópolis, Vozes.

Dotto, C. A. (1998). Atividades de Marketing das Rádios FM Paulistanas: Um Estudo Exploratório (Dissertação de mestardo). São Bernardo do Campo, UMESP.

Downing, J. D. H. (2002). *Mídia Radical - Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo, SENAC.

Downs, A. (1999). *Uma teoria econômica da democracia*. São Paulo, EDUSP.

Durham, E. (1984). *Movimentos sociais: a construção da cidadania*. São Paulo, CEBRAP.

Echeverría, J. (1994). *Telépolis*. Barcelona, Destino.

Echeverría, J. (1999). *Los señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. Barcelona, Destino.

Echeverría, J. I. (2002). Internet y el periodismo electrónico, www.saladeprensa.org.

Eco, U. (1970). *Apocalípticos e integrados*. São Paulo, Perspectiva.

Enzensberg, H. M. (1978). *Elementos para uma teoria dos meios da comunicação*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro.

Esch, C. E. (1999). *Do Microfone ao plenário*. Rio de Janeiro e Brasília, EdUERJ e UNB.

Esch, C. E. (2001). *O futuro dos comunicadores e a reinvenção do rádio*. Rio de Janeiro, UERJ.

Fagundes, M. S. (2004). *O regime legal do rádio e da televisão em face da Constituição Federal*. *Radiodifusão*. L. R. Sardinha. Belo Horizonte, Mandamentos.

Federico, M. E. B. (1982). *História da comunicação: rádio e tv no Brasil*. Petróplis, Vozes.

Feliu, E. G. (1984). *Los lenguajes de la publicidad*. Alicante, Universidad de Alicante.

Fernandes, F. (1973). *Comunidade e sociedade*. São Paulo, Nacional.

Ferrara, L. D. (1999). *Olhar periférico*. São Paulo, Edusp/ Fapesp.

Ferraretto, L. A. (2001). *Tendências da programação radiofônica: as emissoras em amplitude modulada*. Rio de Janeiro, UERJ.

Festa, R. (1986). *Comunicación Popular y alternativa*. Buenos Aires, Ediciones Paulineas.

Festa, R. (1986). *Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa*. *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. R. Festa and C. E. L. d. SILVA. São Paulo, Paulinas.

Filho, C. M. (1989). *O capital da notícia*. São Paulo, Ática.

Filho, L. M. (1998). São Paulo - o rádio de idéias. *Escola de Comunicação e Artes - ECA*. São Paulo, Univerisidade de São Paulo.

Fleur, M. L. d. and S. B. Rokeach (1993). *Teoria da comunicação de massa*. Rio de Janeiro, Zahar.

Fontcuberta, M. and J. L. Mompart (1983). *Alternativas en Comunicación*. Barcelona, Mitre.

Fornari, E. (1984). *O "incrível" padre Landell de Moura*. Rio de Janeiro, Biblioteca do Exército.

Fox, E. (1989). *Medios de comunicación y política en América Latina*. México, Gustavo Gili.

Francés, M. (2006). Nuevos perfiles profesionales en la digitalización de las industrias culturales. *Telos: Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*. 67**:** 10-11.

Franzin, J. (1998). *Imprensa sindical: uma alternativa de 20 milhões de exemplares*. *Comunicação nos movimentos populares*. C. M. K. Peruzzo. Petrópolis, Vozes**:** 123.

Galarza, T. (1993). Construyendo radio y pueblo. *Chasqui N45*. Quito, CIESPAL**:** 20-22.

Galarza, T. (2003). Estrategia interactivas en la radio comunitaria educativa: El caso IRFEYAL. *Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad*. Barcelona, Universidad Autonoma de Barcelona.

García, X. L. (1995). *Detrás da prensa popular*. Santiago de Compostela, Edicións LEA.

García, X. L., Ed. (2001). *Desafios para os médios em rede: aportacións á interculturalidade*. Comunicação e Multiculturalismo. São Paulo / Manaus, INTERCOM.

Gavaldà, J. V. (1999). *Una cultura acustica. Notas de otra radio.* Valencia, EPISTEME.

Giddens, A. (2002). *Un mundo desbocado*. España, Taurus.

Gindre, G. (05 julho 2000). O papel das telecomunicações nas sociedades de crise. *Observatório da Imprensa*. 93**:** 3 es seq.

Girart, B. (1992). *Radio Apasionadas: 21 Experiências de Rádio Comunitária en El Mundo www.comunica.org/apasionados*. Quito, CIESPAL/AMARC.

Giron, L. A. (9 abr. 1994). Evangélicas querem legalização. *Folha de São Paulo*. São Paulo**:** 5.

Giron, L. A. (24 mar.1994). Justiça Federal absolve emissora clandestina. *Folha de São Paulo*. São Paulo**:** 15.

Godoi, G. C. d. S. (2003). Comunicações no Brasil: da Confusão Legal à Necessidade de Regular, www.rbc.org.br.

Goldfeder, M. (1981). *Por trás das ondas da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

Gonzáles, R. R. (nov. 1998). La escala local del desarrollo - definición y aspectos teóricos. *Revista de Desenvolvimento Econômico*. Salvador. 1.

GONZALESPAZ (2002). www.geocities.com/capitolHill/congress/2850/index.html.

Grotti, D. A. M. (2002). *Teoria dos serviços públicos e sua transformação. Direito administrativo econômico*. C. A. Sundfeld. São Paulo, Malheiros**:** 55.

Guareschi, P. A. (1987). *Comunicação e poder. A presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina*. Petrópolis, Vozes.

Guattari, F. (1979). As rádios livres populares. *Singular & Plural***:** 66.

Guattari, F. (1987). *Milhões e milhões de Alices no ar*. *Revolução molecular: pulsações políticas do desejo*. São Paulo, Brasiliense.

Guattari, F. and S. Rolnyk (1999). *Micropolítica Cartografias do desejo*. Petrópolis, Vozes.

Guevara, E. C. (2004). *La guerre de guérrila*. *Comunicação nos moviementos populares*. C. M. K. Peruzzo. Petrópolis, Vozes**:** 215-215.

GUROVITZ, H. (2004). *O futuro da TV*. *Radiodifusão*. L. R. Sardinha. Belo Horizonte, Mandamentos.

Habermas, J. (1984). *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro.

Hartog, S. (1993). Brazil, beyond the Citizen Kane. London, Channel Four.

Hausen, D. F. and A. R. Duval (2001). *Redes radiofônicas e produção local: um estudo de caso*. Rio de Janeiro, UERJ.

Hernando, M. C. (1997). *Manual de periodismo científico*. España, Bosch.

Herreros, M. C. (2001). *Información Radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Madrid, Editorial Síntesis.

Horkheimer, M. and T. W. Adorno (2002). *The Culture Industry: Enlightenment las Mass Deception*. *Mídia Radical*. J. D. H. Downing. São Paulo, SENAC.

Houaiss, A. (1999). *Enciclopédia e dicionário ilustrado*. Rio de Janeiro, Seifer.

Ianni, O. (1983). *A sociedade global*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.

Ianni, O. (1997). *Globalização e Transculturação*. IX Encontro Nacional da ANPAP, São Paulo.

Jacobi, P. (1987). *Movimentos sociais: teoria e prática. Uma Revolução do Cotidiano? Os novos movimentos sociais na América Latina*. I. W. Scherer and P. Krischke. São Paulo, Brasiliense.

Jesus, P. R. C. (1999). *A revalorização do rádio no plano de mídia*. São Paulo, Intercom.

José, C. L. (1996). *Cultura das mídias e regionalização*. INTERCOM, Londrina, INTERCOM.

Kaplún, M. (1987). *"Uruguai: participação, práxis, problema. A experiencia do cassete foro". A comunicação alternativa na América Latina*. M. Griberg. Petrópolis, Vozes.

Klockner, L. and M. A. Bragança (2001). *Radiojornalismo de serviço: AM e FM em tempos de internet*. Rio de Janeiro, UERJ.

Koening, S. (2002). *Elementos de Sociologia. Rádio Comunitária não é crime*. A. C. Neto. São Paulo, Ícone**:** 59.

Kunsch, M. and M. Krohling. (2002). *Relações públicas comunitárias: um desafio. Comunicação e cidadania - experiências na América latina e Brasil*. A. Azevedo. São Paulo, Faculdade Editora Nacional - FAENAC - http://www.eca.usp.br/alaic.

Kunsch, M. M. K. and F. A. M. Fernandes (1989). *Comunicação, democracia e cultura*. São Paulo, Edições Loyola.

LAFIS (16/02/2000). Grandes Irmãos: quatro ou cinco grupos dominarão todas as mídias concebíveis. *Carta Capital*. 116**:** 68-71.

Leal, V. N. (1978). *Coronelismo, enxada e voto*. São Paulo, Alfa-Omega.

Lima, V. A. d. (01/07/2003). Existe concentração na mídia brasileira? Sim, http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/plq010720031.htm.

Lobato, E. (14/10/2001). Política de mídia está na contramão de EUA e Europa, www.uol.com.br/fsp/brasil/fc1410200106.htm - Folha de São Paulo.

Lobo, C. (2003). Interferências: A quem interessa essa mentira?, www.rbc.org.br.

Lobo, C. (2003). Radio Onze, uma rádio que faz "direito", www.rbc.org.br.

Lopes, I. Os (des)mandamentos da Radiodifusão Comunitária, www.enecos.org.br/docs/radcom_comentariolegislacao.doc. 2004.

Lopes, M. I. V. d. (1988). *O rádio dos pobres*. São Paulo, Edições Loyola.

Lopes, M. I. V. d. (2001). *A perspectiva teórica e metodológica das mediações. Comunicação e multiculturalismo*. J. B. Pinho and C. M. K. Peruzzo. São Paulo / Manaus, INTERCOM**:** 233.

Lopes, S. C. (2004). *Comunicação, radiodifusão hoje*. Belo Horizonte, Mandamentos.

Lopes, S.-C. d. C. (1970). *Radiodifusão hoje*. Rio de Janeiro, Temário.

Lopes, V. M. d. O. N. (1997). Concessões de serviço público de rádio e televisão (Dissertação de Mestrado). *Faculdade de Direito*. São Paulo, USP.

Lopes, V. M. N. (1997). *O direito à informação e as concessões de rádio e televisão*. São Paulo, Editora Revista dos Tribunais.

Lusting, N. and R. Deutsch (2002). *The Inter-American Development Bank and Poverty Reduction: An Overview. CIDH, Informe Anual, año 2002, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión***:** 2.

Luz, D. (2003). A nova estética: Rádio comunitária uma educação pela pedra, www.rbc.org.br.

Machiavelli, N. (1985). *Principe. A informação no rádio*. G. S. Ortriwano. São Paulo, Sumnus.

Madrid, A. C. (1972). Aspectos da teleradiodifusão brasileira. *Departamento de Teatro, Cinema,Rádio e Televisão da ECA*. São Paulo, Universidade de São Paulo.

Magnani, J. G. C. (1984). *Festa no pedaço: cultura popular e lazer na cidade*. São Paulo.

Magnoni, A. F. (1999). *O rádio digital avança no interior de São Paulo*. Rio de Janeiro e Brasília, EdUERJ e UNB.

Maia, M. R. (1993). *Rádio Livre Paulicéia : possibilidade de contra-informação*, São Paulo, INTERCOM.

Maia, M. R. (1998). *Rádio camponesa: a reforma agrária do ar*. XXI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Recife, INTERCOM.

Mansur, F. (1984). *No ar o sucesso da Cidade: a que pegou todo mundo de surpresa*. Rio de Janeiro, JB Editora.

Manzano, N. T. (1996). "Rádio: na rabeira do mundo." *Folha de São Paulo*.

Maranini, N. (2001). *As transformações do AM: perspectivas da programação frente à concorrência do FM*. Rio de Janeiro, UERJ.

Marcondes, C. F. (1994). *Quem manipula quem? Poder e massas na indústria cultural da comunicação no Brasil*. Petrópolis, Vozes.

MarqueNeto, F. A. (2002). *Direito das telecomunicações e Anatel. Direito administrativo econômico*. C. A. Sundfeld. São Paulo, Malheiros.

Martin, J. C. (1999). *Nuevas realidades en el edsarrollo local en España e Iberoamérica*. Seminário Internacional sobre perspectivas de desarrollo en Iberoamérica, Santiago de Compostela.

Masagão, M., A. Machado, et al. (1987). *Rádios Livres: a reforama agrária no ar*. São Paulo, Brasiliense.

Matriciano, C. L. (1985). *Radiojornalismo e ideologia*. *A informação no rádio*. G. S. Ortriwano. São Paulo, Sumuus.

Mattelart, A. (1996). *Comunicação Mundo. História das Idéias e das Estratégias*. Petrópolis, Vozes.

Mattelart, A. (1998). *La mundialización de la comunicación*. Barcelona, Paidós.

Mattos, L. (27/12/2002). Governo libera TVs na reta final, www.uol.com.br/fsp/brasil/fc2712200214.htm - Folha de São Paulo.

Mayo, O. N. M. (1980). *La radio sin fronteras. Radiodifusión Exterior y Comunicación de Masas*. Pamplona, Universidad de Navarra.

McCavitt, W. (2004). *Broadcasting around the world*. *Radiodifusão*. L. R. Sardinha. Belo Horizonte, Mandamentos**:** 181.

McChesney, R. W. R. M., Poor Democracy. Communication Politics in Dubios Time. New York: The New Press.

Mcluhan, M. (1995). *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo, Cultrix.

Mcluhan, M. and Q. Fiore (1971). *Guerra e Paz na Aldeia Global*. Rio de Janeiro, Record.

Meditsch, E. (1997). *A nova era do rádio: o discurso do radiojornalismo enquanto produto intelectual eletrônico*. INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, Santos-SP.

Meditsch, E. (1998). *Rádio e pânico: a guerra dos mundos, 60 anos depois.* Florianópolis, Insular.

Meditsch, E. (1999). *A nova era do rádio: o discurso do radio jornalismo como produto intelectual eletrônico*. Rio de Janeiro e Brasília, EdUerj e Editora UNB.

Meditsch, E. (2001). *O ensino do radiojornalismo em tempo de internet*. Rio de Janeiro, UERJ.

Meditsch, E. (2001). *A Rádio na Era da Informação: Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo*. Florianópolis, Editora Insular.

Meditsch, E. B. (1996). A especificidade do rádio informativo : um estudo da construção, discurso e objetivação da informação jornalística no rádio, a partir de emissoras especializadas de Portugal e do Brasil em meados da década de 90. *Faculdade de Ciências Sociais e Humanas*. Lisboa, Universidade Nova Lisboa.

Meliani, M. (2003). Que venham as rádios comunitárias, www.rbc.org.br.

Mello, J. http://www.bn.com.br/radios-antigos/radio.htm.

Melo, J. M. d. (1981). *Comunicação e Libertação*. Rio de Janeiro, Vozes.

Mendes, L. (1996). O longo despertar do gigante.As concessões de rádio e tv no mundo. *Revista Imprensa*. São Paulo.

MERAYOPÉREZ, A. (2003). Las radios locales y su penetración en España, www.bocc.ubi.pt.

Mercantil, G. (1998). *Concentração de renda atinge o mais alto nível em 1988. Comunicação nos movimentos populares*. C. M. K. Peruzzo. Petrópolis, Vozes**:** 27.

MídiaDados98, G. d. M. (2001). *Projeção de domicílios com rádio*. Rio de Janeiro, UERJ.

Mill, J. S. *On Liberty" en "On Liberty and other writings. CIDH, Informe Anual, año 1998, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión***:** 5 a 115.

Milton, J. (1999). *Areopagítica: discurso pela liberdade de imprensa ao parlamento da Inglaterra*. Rio de Janeiro, Topbooks.

Moles, A. and C. Zeltmann (1975). *La comunicación y los mass media*. Bilbao, Ediciones Mensajero.

Morais, F. (1994). *Chatô: o rei do Brasil, a vida de Assis Chateaubriand*. São Paulo, Companhia das Letras.

Moreira Neto, D. d. F., p.2. 1997 En Sardinha 2004: 211 (2004). *Apontamentos sobre a reforma administrativa*. Belo Horizonte, Mandamentos.

Moreira, S. V. (1991). *O rádio no Brasil*. Rio de Janeiro, Rio Fundo.

Moreira, S. V. (2001). *Rádio Internet. Desafios do rádio no século XXI*. S. V. Moreira and N. R. D. Bianco. Rio de Janeiro, UERJ.

Moreira, S. V. (2001). *Tecnologia e legislação para o radio no século XXI*. Rio de Janeiro, UERJ.

Moreira, S. V. and N. R. D. Bianco (2001). *Desafios do rádio no século XXI*. Rio de Janeiro, UERJ.

Morin, E. (1975). *Cultura de massas no século XX. O espírito do tempo*. Rio de Janeiro, Forense.

Morin, E. (1986). *Para sair do século XX*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira.

Motta, L. G. (1987). *Brasil: alternativa popular - comunicação e movimentos sociais. A comunicação alternativa na América Latina*. M. S. Grimberg. Petrópolis, Vozes.

Motter, P. (ago.- nov.1994). O uso político das concessões das emissoras de rádio e televisão no governo Sarney. *Comunicação & Política*. Rio de Janeiro, Cebela. 1**:** 90.

Moura, L. D. (2003). Uma colher de pedreiro: Estudo de caso da Rádio Comunidade FM 104.5. Pelotas, Universidade católica de Pelotas.

Muñoz, G. (1989). *Formação de comunicadores comunitários: experiências colombianas. Comunicação na América Latina*. J. M. d. Melo. Campinas, Papirus.

Murce, R. (1976). *Bastidores do rádio*. Rio de Janeiro, Imago.

Nahra, C. M. L. (1988). Rádio institucional e rádio livre : rupturas no modelo comunicacional dominante. (Mestrado em Sociologia). *Departamento de Ciências Sociais*. Florianópolis, Universidade Federal de Santa Catarina.

Narayan, D., Banco Mundial (2000). *La voz de los pobres. ¿Hay alguien que nos escuche? CIDH, Informe Anual, año 2002, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión*.

Neto, A. C. (2002). *Rádio Comunitária não é crime, direito de antena: o espectro eletromagnético como bem difuso*. São Paulo, Ícone.

Neumann, L. (1991). *Educação e comunicação alternativa.* Petrópolis, Vozes.

Neves, P. (1985). *Mixagem: o ouvido musical do Brasil*. São Paulo, Max Limonad.

Nunes, M. A. M. (1995). Rádios livres. O outro lado da Voz do Brasil (Mestrado em Ciências da Comunicação). *Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA*. São Paulo, Universidade de São Paulo.

Nunes, M. V. (2001). *Rádios comunitárias no século XXI: exercício da cidadania ou instrumentalização popular?* Rio de Janeiro, UERJ.

Nunes, M. V. (2003). *As rádios comunitárias nas campanhas eleitorais*. INTERCOM, Belo Horizonte, INTERCOM.

Oliveira, V. d. C. (2003). Rádio comunitárias, esfera pública e cidadania. Belo Horizonte.

Orcajo, O., A. Bouissa, et al. (1998). Las Otras Radios, http://www.lateja.org.uy/elpuente/lasotrasradios/otrasnombres.html.

Ortiz, R. (1988). *A moderna tradição brasileira*. São Paulo, Brasiliense.

Ortiz, R. (1994). *Mundialização e Cultura*. São Paulo, Brasiliense.

Ortiz, R. (1999). *Um outro território*. *Globalização e regionalização das comunicações*. C. R. S. Bolaño. São Paulo, EDUC/Editora da UFS/INTERCOM**:** 29.

Ortriwano, G. S. (1985). *A informação no rádio - Os grupos de poder e a determinação de conteúdos*. São Paulo, Summus.

Ortriwano, G. S. (1990). Os (des)caminhos do radiojornalismo (Tese de doutorado). *Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA*. São Paulo, Universidade de São Paulo.

Paes, J. P. (7 de agosto de 1983). A Perda do Caminho. *Folha de São Paulo*. São Paulo**:** 6-7.

Paganelli, W. (2005). A rádio comunitária e o Judiciário, http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=504.

Paiva, F. M. (28 out. 1998). Voz que vem do morro. Rádio pirata montada em favela de BH já foi até premiada pela ONU. *Isto É*. São Paulo, Editora Três.

ParetoNeto, J. V. (1981). *Dicionário de telecomunicações*. Rio de Janeiro, Editora Rio.

Pascoal, N. L. (2011). *Educação, voluntariado e mídia*. São Paulo, Fundação Educar Dpaschoal.

Peruzzo, C. M. K. (1998). *Comunicação nos movimentos populares*. Petrópolis, Vozes.

Peruzzo, C. M. K. (1998). *Participação nas Rádios Comunitárias no Brasil*. XXI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Recife.

Peruzzo, C. M. K. (2002). Participação nas Rádios Comunitárias no Brasil, http://www.bocc.ubi.pt/pag/peruzzo-cicilia-radio-comunitaria-br.html.

Peruzzo, C. M. K. (2003). *Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária*. INTERCOM, Belo Horizonte, INTERCOM.

Peruzzo, C. M. K. and F. F. Almeida (2003). *Comunicação para a cidadania*. Salvador/São Paulo, INTERCOM.

Peruzzo, C. M. K. and J. B. Pinho (2001). *Comunicação e multiculturalismo*. São Paulo / Manaus, INTERCOM.

Pigatti, V. T. (1998). O que é uma rádio pirata? *Caros Amigos*. São Paulo, Casa Amarela.

Pimentel, S. (1998). Microfone aberto à população. *Caros Amigos*: 9.

Pinho, J. B. (1996). *O poder das marcas*. São Paulo, Summus.

Pinto, F. (2004). *Profili giuridici della radio*. *Radiodifusão*. L. R. Sardinha. Belo Horizonte, Mandamentos: 199.

Pinto, V. N. (1986). *Comunicação e Cultura Brasileira*. São Paulo, Ática.

Pondé, L. (2004). *Controle dos atos da administração pública*. *Radiodifusão*. L. R. Sardinha. Belo Horizonte, Mandamentos: 45.

PortoNeto, B. (2002). *A Agência Nacional de Telecomunicações*. *Direito administrativo econômico*. C. A. Sundfeld. São Paulo, Malheiros: 286-299.

Prado, E. and M. Moragas. (1991). *Televisiones locales. Tipología y aportaciones de la experiencia catalana*. Barcelona, Collegi de Periodistes de Catalunya.

Prigogine, I. (1988). *O nascimento do tempo*. Lisboa, Edições 70.

Pyr, M. and R. Ramos (1995). 200 anos de propaganda no Brasil: do reclame ao cyber-anúncio. *Meio & Mensagem*.

Queiroz, A. and F. Almeida, Eds. (1999). *Comunicação e mudanças sociais*. Piracicaba, Ponto Final / INTERCOM.

Rabaça, C. A. and G. G. Barbosa (2001). *Dicionário de Comunicação*. Rio de Janeiro, Campus.

Ramonet, I. (2005). Medios de comunicación en crisis. *Le Monde diplomatique*: 1, 26, 27.

Ramonet, I., A. Gresh, et al. (2004). *Los 100 editoriales de Le Monde diplomatique*. Valencia, Ediciones Cybermonde.

Ramos, S. *Parecer datado de março de 1996. O registro público e responsabilidade das transmissões ilegais de rádio*. P. Narciso, Revista AMIRT. 110: 22-23.

Rego, M. S. C. and W. Hermann. (2002). Rádios livres, rádios comunitárias, outras formas de fazer rádio e política. *Revista Lugar Comum Estudo de mídia cultura e democracia*. 17.

Reguillo Cruz, R. (2001). *Entrevista con la periodista Maria Seoane, octubre de 2001. CIDH, Informe Anual, año 2002, Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión*.

Roncagliolo, R. (1999). *La redes de cooperación y la radio comunitaria. La democratización de los medios de radiotelevisión comunitarios*. M. Chaparro. Sevilla, EMA-RTV.

Roque, J. P. C. (2000). Rádio Popolare de Milão: Uma experiência italiana que poderia inspirar a discussão sobre rádios comunitárias, www.rbc.org.br.

Rosa, A. N. (1998). *Atração global: a convergência da mídia e tecnologias*. São Paulo, Makron Books.

Ruas, C. M. S. (2002). *Radiodifusão comunitária: uma estratégia para o desenvolvimento local*. INTERCOM, Salvador, INTERCOM.

Ruas, C. M. s. (2004). *Rádio comunitároa: uma estratégia para o desenvolvimento local*. Campo Grande, UCDB.

Rudio, F. V. (1992). *Introdução ao projeto de pesquisa científica*. Petrópolis, Vozes.

Sá, L. (1991). *O sentido do som*. *Rede imaginária: televisão e democracia.* São Paulo, Secretaria Municipal de Cultura.

Sader, E. (1988). *Quando novos personagens entram em cena*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

Salillas, A. y. J. M. http://www.weblandia.com/radio/init-e.htm.

Salillas, A. y. J. M. http://www.weblandia.com/radio/pioner-e.htm#eti40.

SAMPAIO, M. F. (1984). *História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo (memórias de um pioneiro)*. Rio de Janeiro, Achiamé.

Sampaio, W. (1971). *Jornalismo audiovisual: teoria e prática do jornalismo no rádio, TV e cinema*. Petrópolis, Vozes.

San Martín, Á. A., Ed. (1997). *Del texto a la imagen*. Valencia, Nau-Llibres.

San Martín, Á. A. (1998). La cultura académica frente a la cultura audiovisual. *Revista de psicodidáctica*. 5**:** 9-22.

Sanatella, L. (1996). *Cultura das mídias*. São Paulo, Experimento.

Sánchez, A. C. (2000). *Ley Modelo de Acceso a Información Administrativa para la Prevención de la Corrupción,. Departamento de Cooperación y Difusión Jurídica, Taller Técnico Regional*. OEA. Guatemala.

Santaella, L. (2001). *Comunicação e pesquisa*. São Paulo, Hacker Editores.

Santiago, G. J. (2002). Rádio Comunitária: simulação de uma identidade ? (Dissertação de mestrado). *Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação*. Bauru, Universidade Estadual Paulista.

Santoro, L. F. (1981). Rádios livres: o uso popular da tecnologia. *Comunicação & Sociedade - set São Paulo***:** 98.

Santoro, L. F. (out.1984). O rádio como instrumento mágico da fé. *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo, IMES/Cortez**:** 28.

Santos, M. (1996). *A natureza do espaço*. São Paulo, Hucitec.

Santos, M. S. T. (2001). *O consumo de bens culturais nas culturais nas culturas populares: identidade reconvertida ou diversidade refuncionalizada? Comunicação e multiculturalismo*. J. B. Pinho and C. M. K. Peruzzo. São Paulo / Manaus, INTERCOM.

Sardinha, L. R. (2004). *Radiodifusão: o controle estatal e social sobre suas outorgas*. Belo Horizonte, Mandamentos.

Saroldi, L. C. and S. v. Moreira (1988). *Rádio Nacional: o Brasil em sintonia*. Rio de Janeiro, Martins Fontes/Funarte.

Sartori, C. (1987). *O rádio, um veículo para todas as ocasiões*. *Evolução na comunicação: do sílex ao silício*. G. Giovanni. Rio de Janeiro, Nova Fronteira.

Sartori, G. (1994). A Teoria da Democracia Revisitada. *O Debate Contemporâneo*. São Paulo, Ática. 1.

Scherer, I. W. (1999). *Cidadania sem fronteiras: ações coletivas na era da globalização*. São Paulo, Hucitec.

Schiffer, M. B. (1991). *The portable Radio in American Life*. Tucson, The Universitu of Arizona Press.

Schiller, D. (2001). *A Globalização e as Novas Tecnologias*. Lisboa, Editorial Presença.

Schiller, H. (1976). *O império norte-americano das comunicações*. Petrópolis, Vozes.

Schlegel, R. (1996). Rádios piratas colocam aviões em risco. *Folha de São Paulo - 21jul*. São Paulo**:** 5.

Schumpeter, J. A. (1943). *Capitalism, Socialism and Democracy. Comunicações no Brasil: da Confusão Legal à Necessidade de Regular (Dissertação de mestrado)*. G. C. d. S. Godoi. São Paulo.

Serva, L. P. (1997). *Babel: a mídia antes do dilúvio e dos últimos tempos.* São Paulo, Mandarim.

Servan-Schreiber, J. L. (1985). *O poder da informação. A informação no rádios*. G. S. Ortriwano. São Paulo, Summus**:** 64.

Sfez, L. (1994). *Critica da comunicação*. São Paulo, Loyola.

Shingler, M. and C. Wieringa (1998). *On air: methods and meanings of radio*. London, Arnold.

Silva, C. E. L. d. (16 set 1990). TV faz 40 anos no Brasil, substitui futebol e não perde a cara do poder. *Folha de S. Paulo*. São Paulo**:** F1.

Silva, E. D. and P. R. C. d. J. S. Paulo (1999). *A revalorização do rádio no plano de mídia*. INTERCOM, Rio de Janeiro, INTERCOM.

Silva, M. F. (2000). *Quem me elegeu foi o rádio*. São Paulo, Olho d´Agua.

Silva, P. H. (25 jan.2000). Rádio ganha concessão e não perde o caráter. *Jornal Hoje em Dia*. Belo Horizonte**:** http://www.hojeemdia.com.br/hojedia.cgi.

Silva, R. H. A. d. (2003). *Espaço urbano, espaço da comunicação*. INTERCOM, Belo Horizonte, INTERCOM.

Silveira, P. F. (2001). *Rádios Comunitárias*. Belo Horizonte, Del Rey.

Smith, A. (1996). *El impacto de las telecomunicaciones en nuestro futuro: prediciones*. *La Sociedad de la Información: Amenazas y Oportunidades*. E. Dennis. Madrid, Complutense.

Soter, J. L. d. N. (2000). Informativo Mensal da Abraço Nacional. www.abraconet.com.br.

Sousa, A. L. d. (2002). *O rádio comunitário e a sua municipalização: o caso de nova ferradas - Itabuna (BA)*. INTERCOM, Salvador, INTERCOM.

Sousa, J. P. (2002). Comunicação regional e local na Europa Ocidental. *http://www.bocc.ubi.pt*.

Spindel, A. (1979). A crônica da palavra assassina. *Singular & Plural*. São Paulo, Global**:** 64.

Squirra, S. (1995). *século dourado a comunicação eletrônica nos EUA*. São Paulo, Summus.

Stadnik, C. (1991). *A hipótese do fenômeno do Coronelismo Eletrônico e as ligações dos parlamentares federais e governadores com os meios de comunicação de massa no Brasil*. Porto Alegre, PUC/RS.

Steiberg, C. S. (1996). *Meios de comunicação de massa*. São Paulo, Cultrix.

Sundfeld, C. A. (2002). *Introdução às agencias reguladoras*. *Direito Administrativo econômico*. C. A. Sundfeld. São Paulo, Malheiros.

Tavares, M. N. (2001). *O humor na rede: AM/FM/internet*. Rio de Janeiro, UERJ.

Tavares, R. C. (1997). *Histórias que o rádio não contou*. São Paulo, Negócio Editora.

Tavares, R. C. (1998). *Histórias que o rádio não contou*. São Paulo, Harbra.

Teixeira, T. d. S. (1988). Todas as vozes: diferentes abordagens para um conceito de rádio local (Mestrado em Comunicação Social). São Bernardo do Campo, Universidade Metodista de São Paulo.

Terrero, J. M. (1988). *Comunicação grupal e libertadora*. São Paulo, Paulinas.

Terrero, J. M. (1998). *A comunicação popular na NOMIC*. São Paulo, Paulinas.

Thompson, E. A. (1998). *A miséria da teoria - ou um planetário de erros*. *Comunicação nos movimentos populares*. C. M. K. Peruzzo. Petrópolis, Vozes.

Thompson, J. B. (1981). *Ideologia e cultura moderna*. Petrópolis, Vozes.

Tinhorão, J. R. (1981). *Música popular: do gramofone ao rádio e TV*. São Paulo, Ática.

Tomaz, L. (2003). Que rádio se pretende legalizar?, http://www.geocities.com/CapitolHill/Lobby/7543.

Toussaint, N. (1985). *A economía da informacao. A informação no rádio*. G. S. Ortriwano. São Paulo, Summus**:** 63-64.

Uribe, E. v. (1998). *Rádio popular e animação cultural: o alto falante, emissora popular. Comunicação nos movimentos populares*. C. M. K. Peruzzo. Petrópolis, Vozes.

Utria, R. (1969). *Desarrollo nacional, participación popular y desarrollo de la comunidad en América Latina*. México, CEPAL.

Vampré, O. (2004). *Raízes e evolução do rádio e da televisão*. Belo Horizonte, Vozes.

Vampré, O. A. (1979). *Raízes e evolução do rádio e da televisão*. Porto Alegre, FEBLAM/RBS.

Vergara, L. C. Conceituando o movimento, www.rbc.org.br.

Vianna, G. (1976). *Direito de telecomunicações*. Rio de Janeiro, Editora Rio.

Víctor Abramovich y Christian Courtis: El Acceso a la Información como Derecho en Igualdad, L. d. E. e. I. P., Felipe González y Felipe Viveros, ed. Cuaderno de Análisis Jurídico: Escuela de Derecho Diego Portales, pág. 198.

Vieira, A. (mar-jun 1984). A contradição do público versus privado e a construção da realidade pelos meios de comunicação de massa. *Comunicação & Política*. 1**:** 53-62.

Vieira, I. (1979). Rádio : ele nunca esteve tão vivo. *Singular & Plural*. São Paulo, Global**:** 62.

Vieria, I. R.-I. s. e. p. N. a., p58. In Ortiwano, 1985: 59 (1985). *Ler nunca esteve tão vivo. A informação no rádio*. G. S. Ortriwano. São Paulo, Summus**:** 59.

Vigil, J. I. (2002). *La nueva cara de nuestras radios en estos tiempos neoliberales. Rádio Comunitária: simulação de uma identidade ?* G. J. Santiago. Bauru.

Villegas, E. (2002). *Radio Comunitaria, democratización de la comunicación y el desarrollo. Rádio Comunitária: simulação de uma identidade ?* G. J. Santiago. Bauru.

Viola, E. and M. S. Scott (1987). *Novos movimentos sociais: cultura, política e democracia - Brasil e Argentina. Uma Revolução do Cotidiano? Os novos movimentos sociais na América Latina*. I. W. Scherer and P. Krischke. São Paulo, Brasiliense.

Wanderley, L. E. (1998). *Apontamentos sobre educação popular*. *Comunicação nos movimentos populares*. C. M. K. Peruzzo. Petrópolis, Vozes.

Zimmermann, P. and C. Spitz (07/09/2005). Brasil é oitavo país em desigualdade social, diz pesquisa.

Zimmermann, P. and C. Spitz (07/09/2005). IDH sobe pouco e Brasil permanece na 63ª posição em ranking da ONU, Folha Online.